

Att reagera på en pandemi

Ibland händer det. En händelse som vi alla måste förhålla oss till. När Covid-19 pandemin träffade världen våren 2020 behövde vi plötsligt alla förhålla oss, reagera på och hantera en ny vardag. Vi på redaktionen för POPULÄR kallade, i våras, våra kollegor till att kommentera, reagera och diskutera hur den Nordiska populärkulturen förhållit sig till den nya pandemiska verkligheten. Detta gjorde vi genom att kalla till ett specialnummer med kommenterande bidrag. Det nummer du nu läser på skärmen (nummer 2 i ordningen) är resultatet av denna gemensamma ansträngning. En samlad betraktelse över hur populärkulturen påverkats av de rådande omständigheterna.

Eva Kjellander Hellqvist bidrag diskuterar musikens betydelse för välmående, under en tid då det inte har varit möjligt att gå på konserter, fotbollsmatcher eller på annat sätt uppleva musik eller evenemang. Kjellander Hellquist diskuterar hur musik och känslor kopplas ihop med tidigare erfarenheter och hur utövandet av fanskap påverkats under pandemin.

Phil Dodds analyserar i sin artikel hur förhållandet mellan svenska musiker och deras publik har intensifierats under COVID-19. Genom begreppen skuld geografi (guilty geographies) och komprimerad intimitet (compressed intimacy), diskuterar Dodds förändringar i förhållandet mellan publik och musiker.

Katarzyna Herds bidrag synar hur fotbollssupportrar reagerat på avsaknaden av fysiska fotbollsmatcher under det gångna året. Hennes artikel behandlar hur man upprätthåller engagemang för sitt lag genom crowdfunding-kampanjer och virtuella bortamatchbussar, och ställer sig frågan hur man konsumerar fotboll när man inte kan gå på fotboll.

Det sista bidraget i den här samlingen behandlar hur man kommenterat på pandemin i realtid i den svenska serietidningen Herman Hedning. Jakob Löfgren diskuterar i sitt bidrag till denna volym, hur Jonas Darnell i sin värld reagerat på den vardagliga frustration som Covid-19 fört med sig, en frustration som vi (kanske) alla känt.

Genom att samla dessa texter, har vi på redaktionen skapat en ögonblicksbild över hur populärkulturen påverkats under pandemiåren. En samling kommenterande texter som gemensamt visar på hur snabbt och brett populärkulturen i Norden påverkats av och reagerat på Covid-19. Artiklarna visar (live)kultur i avsaknaden av livekultur. En ansträngning som tar sig former av intimitetsskapande och meningsbyggande praktiker och materialiteter, i reaktion på pandemin. En reaktion som vi med detta nummer blir en del av, och som vi hoppas är en intressant kommentar på de rådande omständigheterna.

Tills vi ses igen!// Redaktionen

“Don’t stand so close to me” – Musik som medel för fans att hantera en pandemi

Eva Kjellander Hellqvist

20 mars 2020 spelade 180 radiostationer i Europa, på samma klockslag i sina morgonprogram, låten *You’ll never walk alone* med Gerry & the Pacemakers på initiativ av den holländske radioprataren Sander Hoogendoorn. Låten kanske mest förknippas med Liverpool FC, men associeras också med lag som Celtic FC, Borussia Dortmund, Feyenoord och FC Tokyo. Initiativtagaren menar att låten representerar något större än sig själv; solidaritet och en påminnelse om att ingen ska behöva stå ensam i denna svåra tid (Strömberg 2020). Med facit i hand så kan det nog konstateras att just ensamhet är det som genomsyrat många människors liv under det senaste året. Att inte kunna träffas och umgås som vanligt har drabbat alla och för dem som redan tidigare varit ganska ensamma har pandemin gjort det efter värre. Idag, ungefär ett år efter pandemins utbrott, när vi ett hopp om att vi så småningom ska kunna återgå till ett mer normalt liv, vaccineringarna är igång, restriktionerna är vår vardag och det talas om det “nya normala”. Vi har lärt oss mycket under året som gått och inte minst har vi funnit nya strategier för att hantera vårt mående och våra liv.

Syftet med denna text är att diskutera musiks betydelse för människors välmående under en tid då det inte har varit möjligt att gå på konserter, fotbollsmatcher eller på annat sätt uppleva musik eller evenemang på plats, med fokus på dem jag benämner som fans. För definition av fans se nedan. Musik har för många människor varit av största betydelse för deras hantering av denna svåra tid. Det märks inte minst i det nya världsomspännande forskarnätverket, vars resultat ska presenteras under 2021, som undersöker vilken musik som lyssnats på under pandemin, Detta nätverk innefattar 370 forskare från 221 lärosäten och institutioner. De har dock redan presenterat ett preliminärt resultat som visar att glada melodier, som genererar positiva minnen, är i majoritet (Sundqvist 2020).

En fäbless för glada och positiva melodier kan vi också se på Spotify där det finns många spellistor att lyssna på inom området välbefinnande, med rubriker som “avslappning”, “självförbättring”, “konst och hälsa” och “glatt och upplyftande”. Inom var och en av dessa rubriker ryms det sedan låtar som sorteras in i underrubriker som “Happy hits”, “Mood Buster” och “Good Vibes”, alla vars syfte är att få oss som lyssnare att bli glada, upplyfta och motiverade. Dessa slags listor har funnits under lång tid, men kanske att de just nu fått fler följare än tidigare då det för närvarande är det individuella lyssnandet som tycks vara centralt. Det finns naturligtvis listor även för andra sinnesstämningar, men de är inte relevanta i denna text.

Att använda sig av musik i svåra tider är inget nytt. I musikterapeuten Gary Ansdells bok *How music helps in music therapy and everyday life* (2016) berättar han om hur musik kan hjälpa människor att må bättre utan att man för den skull behöver arbeta aktivt med musikterapi. Han menar att musik inte ska ses som medicin utan som något som genom olika aktiviteter kan hjälpa till att skapa god

hälsa. Han menar att: “[...] music helps not because it’s a ‘magic pill’ – doing something to us – but rather because of how we manage to draw it towards us and actively work with what it offers” (s. 295). Bara något så enkelt som att lyssna på sin favoritmusik dagligen kan bibringa ett ökat välbefinnandet i vardagen. Han skriver: “We love music because we need music” och “Good music is music that does good” (s. 295). Även om han menar att musik inte ska ses som medicin kan den användas som tröst och återhämtning, som ett slags icke-farmaceutiskt husapotek för att lindra olika symptom (se exempelvis Kjellander Hellqvist 2019). Detta visar sig också i musikvetaren Lars Lilliestams (2020) *Lyssna på musik; upplevelser, mening, hälsa* där tio personer djupintervjuas om sitt förhållande till musik och vad musiken gör med deras hälsa och välbefinnande. Lilliestam skriver att de senaste tio till femton åren har begreppet “musik och hälsa”, som är en breddning av det mer kliniska musikterapiområdet och som mer handlar om hur människor använder musik för sitt eget välbefinnande, fått allt större betydelse och utrymme inom den musikvetenskapliga forskningen. Många studier bygger på människors egna berättelser¹ där de talar om hur mycket musik betytt för dem (s. 39ff). En annan som ägnat mycket tid åt människors reaktion på starka musikupplevelser är musikpsykologen Alf Gabrielsson vars bok från 2011 förmedlar flera hundra berättelser om musikens betydelse för individen. Detta sammantaget pekar på att musik är viktigt för väldigt många människor, och att vi i större eller mindre utsträckning använder musik för att hantera olika saker, på olika sätt, i våra dagliga liv.

Fans och utövande

För fans har det i och med pandemin skett en stor förändring i utövandet av fanskapen, oavsett om det är fotbollsfans eller musikfans som avses. Begreppet fanskap ska inte tolkas utifrån den vanliga betydelsen att det är något eländigt, något mindre bra, utan som en försvenskning av det engelska fandom med betydelse i likhet med brödraskap, systerskap eller föräldraskap. Jag avser inte något negativt med detta utan menar att det är ett bra och användbart ord som på enkelt vis beskriver ett fans tillhörighet. Ett utvecklat resonemang kring detta går också att finna i min avhandling *Jag och mitt fanskap: vad musik kan betyda för människor* från 2013. Med fans² avses här de personer som på ett djupare plan väljer att följa en artist, musiker i en specifik genre eller kanske ett fotbollslag. De engagerar sig aktivt i föremålet för fanskapet genom konsertbesök, säsongskort på fotbollsmatcher eller på att på olika sätt sysselsätta sig med sitt intresse. Tarver (2017) definierar ett fan som: “[...] a combination of *care* (that is, emotional investment) and *practice* (that is, some form of active engagement [...])” (s. 11). En del av fanskapen utövas också via sociala medier. I och med pandemins utbrott har det skett en förflyttning av utövande av fanskap från offentliga arenor till privata. Gemenskapen som fansen är en stor del av sker nu via nätet, och sociala medier, som exempelvis Facebook, har kanske fått en större betydelse för den enskilda individen än vad som varit förväntat. För många artister har spelningar via just Facebook blivit en

¹ För en översikt se vidare i Lilliestam 2020.

² För en mer utförlig definition se Kjellander 2013.

liten källa till inkomst, men det bygger på att den som lyssnar känner att den vill stödja artisten i fråga och därmed skänka en slant. Det är också möjligt att via sociala medier få information om andra slags digitala spelningar. Till exempel har Kulturbolaget i Malmö regelbundet anordnat streamade spelningar med artister som Wilmer X, Royal Republic och Jenny Wilson. Till dessa har man kunnat köpa streamingbiljetter med olika pris beroende på om man haft för avsikt att titta själv, tillsammans med en annan person eller med flera andra personer (kulturbolaget.se). Samma princip har gällt för vissa svenska fotbollsmatcher där det varit och är möjligt att köpa en så kallad soffbiljett och därmed få tillgång till streamad match, ofta via lokalpressen, det vill säga matchen sänds via den lokala tidningens hemsida.

För fotbollsfans är musik en stor del av deras fanskap. Det förekommer både ramsor och sånger som förknippas med de olika lagen och dessa är viktiga komponenter i fansens liv (se exempelvis Ahlsved 2017). För lokala Liverpoolsupportrar i en mindre svensk stad har uppladdning innan match normalt skett på en av stadens pubar med livemusik och sång. Detta har under pandemin inte varit möjligt, och därför har istället all uppladdning innan match skett med livespelning via Facebook av en lokal trubadur, som spelar låtar med Liverpool FC-tema. Det har blivit ett sätt att förena fansen trots att de inte kan träffas. Under matchen har några fans sedan varit aktiva i samma Facebookgrupp genom att kommentera händelser på fotbollsplanen, som om man satt och samtalande i samma rum trots att alla suttit själv och tittat på teve, i telefon eller i dator i sina egna vardagsrum. Den kollektiva supporter-kulturen förflyttas fysiskt till det individuella rummet medan kontakten mellan de enskilda fansen kanske ökar. Det kan också skapas en känsla av trygghet när alla sitter bakom sina egna skärmar och det är möjligt att stänga av när man så önskar.

Vad kan då detta få för konsekvenser för hur vi utövar våra fanskap framöver? I och med pandemin kan man kanske säga att musik blivit något vi konsumerar, inte upplever. Vi tittar på dator- eller teveskärmar för att ta del av en konsert eller en fotbollsmatch, men vi gör det för oss själva eller tillsammans med våra närmsta. Upplevelsen blir tvådimensionell istället för tredimensionell, det vill säga vår upplevelse blir på sätt och vis plattare när vi inte får vara med andra människor i ett gemensamt rum. Det finns dock också positiva aspekter av att allt finns tillgängligt via ett knapptryck. För alla dem som inte kan eller har möjlighet i vanliga fall heller att ta sig till en konsertlokal eller fotbollsarena öppnas det upp större möjligheter. Det finns många skäl till att inte kunna lämna hemmet, med allt från sociala fobier till fysiska sjukdomar, som hindrar människor från att delta på samma villkor som andra. För många av dessa är förändringen kanske positiv. De kan i trygghet i sitt eget hem få samma eller liknande upplevelser som de som normalt sätt bevittnar evenemang live och på plats. Kulturen kan sägas vara lika otillgänglig (eller tillgänglig) för alla. Det har kanske på något vis blivit mer bekvämt, men på bekostnad av annat.

Musikens påverkan på oss

I en annan kommande artikel visar jag hur svenska Liverpoolfans förhåller sig till den i inledningen nämnda låten *You'll never walk alone*, och där finns några exempel som handlar om pandemin och mer direkt om hur låten hjälpt fansen

att klara av en svår tid. En 59-årig man berättar till exempel om hur han fick låten spelad för sig när han låg nedsövd i respirator. Han är övertygad om att den hjälpte honom att tillfriskna. Ett annat fan berättar att han arbetar inom vården och att låten ständigt varit närvarande, där lyssnandet blivit ett sätt att hämta energi och hopp (Kjellander Hellqvist under utgivning). Lilliestam (2020) menar att det finns starka kopplingar mellan en människas välbefinnande och musik. Han säger:

Musik påverkar ens emotioner och sinnestillstånd och används ofta [...] högst medvetet för att man ska bli på gott eller bättre humör eller för att bearbeta ilska, sorg, trötthet, melankoli, att härda ut (s. 296).

Detta finns det oerhört många exempel på och vi kan till exempel hitta en krönika i Sjöfletidningen med titel "Musik som tar mig igenom pandemin" där krönikören listar ett antal låtar med coronatema som "Dancing on my own" och "Don't give up" den senare kommenterar hon med orden "Balsam för en orolig själ" (Johansson 201121).

Inledningsvis lyftes det fram exempel på att glad musik förväntas ge lyssnaren glädje och ledsen musik det motsatta. Detta synsätt kan kopplas till det som inom musikpsykologin benämns som contagion³(kontaminering), det vill säga att glad musik får en att känna sig glad och mollbetonad musik får en att känna sig ledsen. Juslin (2019) förklarar det med:

Emotional *contagion* refers to a process whereby an emotion is induced by a piece of music because an independent region of the brain reacts to certain features as if they were coming from an human voice the expresses an emotion, which leads the listener to mirror the emotional expression internally (s. 287. Kursiv i org.).

Det är inte helt okänt att om man ler mot någon så får man ett leende tillbaka eller om man är väldigt nervös så "smittar" man andra med sin nervositet. En lugn och av slappnad representant för myndigheterna som utfrågas om coronasituationen skapar lugn och trygghet för folket, medan en osäker, tveksam och stressad person skapar det direkt motsatta. Men är det så enkelt att glad musik ger glada människor? Om vi återvänder till exemplet *You'll never walk alone* så är detta en låt som går i C-dur⁴, men där det frekvent förekommer mollackord, framför allt i versen. Låten går i ett ganska långsamt tempo, 56 bpm, som kan jämföras med ABBA:s *Dancing Queen* som går i 101 bpm. Låten uppfattas inte som direkt "glad", texten handlar dock om hopp och förtröstan, men melodiskt kan den nog uppfattas som något melankolisk. Då skulle en tolkning av sångarens röstuttryck utifrån ovanstående citat ge vid handen att låten är ledsam, vemodig och tungsint. Men i den tidigare nämnda undersökningen visade sig merparten av de 378 undersökta Liverpoolfansen i Sverige förknippa låten med positiva känslor, och ordet *glädje* används av ungefär en tredjedel av informanterna i deras beskrivning av hur de upplever låten. Det handlar dock snarare om låtens kontext som ger dem glädjekänslor, och låten blir på så vis representant för glädjefyllda minnen som i sin tur ger kopplingen *ledsen låt=glädje*. Juslin pratar om "context effects" i samband med konsertsituationer där många fans tillsammans får en unison upplevelse som

³ Utförligare diskussion om hur begreppet växt fram finns i Juslin 2019.

⁴ Jag utgår från den mycket förenklade idén om att dur upplevs som glatt och moll som dess motsats.

skapas av kollektiva känslor (s. 290). Fotbollsfansens känsla av tillhörighet förstärkts av musiken och skapar kollektiv glädje. Här handlar det ånyo om starka känslor som ska hanteras. När det sker i ett större kollektiv är det lättare än när man är i sin ensamhet.

Detta sker på samma sätt vid konserter där den totala upplevelsen, förhoppningsvis, är glädje även om en del av låtarna som framförs är nedstämda och kanske rent av deprimerande. Eftersom vi just nu lever i en tid när vi varken kan uppleva fotbollsmatcher eller konserter live på plats vore det helt rimligt att tänka sig att också upplevelserna förändras. Forskarna Thompson & Larson (1995) undersökte hur 483 ungdomar i åldern nio till 15 år lyssnade på och upplevde musik, både tillsammans med andra och i ensamhet, genom att under en veckas tid låta dem föra loggbok över sina upplevelser. De kom fram till att exempelvis rockmusik framkallade positiva känslor för ungdomarna när de lyssnade tillsammans med kamrater, i mycket större utsträckning än när de lyssnade ensamma, och att hårdrock framkallade negativa känslor när de lyssnade med familjen, detta trots att det var en uppskattad genre för dem (s. 731). Detta indikerar att genom att lyssna tillsammans med andra som uppskattar samma musikgenrer eller låtar som en själv så ger det ökade positiva känslor, medan det solitära lyssnandet kanske är bättre än att lyssna tillsammans med någon som inte uppskattar samma musik.

Konsekvenser för alla

För artisterna på scenen eller fotbollsspelarna på planen blir det också en annorlunda upplevelse. Rick Parfitt från Status Quo reflekterar över konsertpubliken: "They let you know when you get it wrong. You can tell by their expressions, the way they look at you from the audience [...] we don't want to let them down" (Blake & Kasper 1993:149). Den direkta feedbacken de brukar få av sina fans uteblir just nu. Artisterna och fotbollsspelarna är utlämnade till sin egen personal, som tekniker och tränare. Den odelade kärleken från fansen får de inte där och då utan den får de ta del av efteråt antingen via sociala medier eller på annat vis. För artisten kan man tänka sig att feedbacken består av kommentarer om att fansen uppskattat att höra dennes låtar, det vill säga en positiv återkoppling. Men för fotbollsspelaren kan det däremot vara oerhört negativt om laget förlorat, vid vinst är det för det mesta positiva tongångar. Fotbollsfans är en kritisk skara. Inte alltför sällan är det hårda ord som skrivs av fansen, något som Tarver (2017) beskriver så här: "Sport fans love to hate. While fandom is often thought of as a practice of support, identification and admiration, fans engage just as vociferously in ill will, dis-identification, and hatred. This negative fandom may take a variety of forms, from team-based rivalries to antipathy for individual players" (s. 143). Att sitta och ge negativa kommentarer bakom en skärm är mycket lätt, mycket lättare än att uttrycka sig på samma sätt tillsammans med andra. Under en fotbollsmatch som man besöker live så är återkopplingen direkt och både bu-rop (sagas ska att bu-rop hänger ofta samman med att domarna tar något negativt beslut för det egna laget och de är därför riktade direkt till dem) och heja-rop kommer i den direkta situationen. Även om det sker en del bu-rop så avslutas matchen med att fansen applåderar sitt lag oavsett om de vunnit eller förlorat. Den positiva

återkopplingen är den som spelarna tar med sig av planen, men också något som betyder något för fansen själva. Eichberg (2009) menar att genom att applådera för spelarna (eller för den del artisterna vid en livespelning) så visar fansen också uppskattning för sig själva genom att kroppsligt kommunicera att de är en del av eventet (s. 107). Crawford (2004) menar att fansen har helt avgörande roll för hur atmosfären på de olika evenemangen tar sig uttryck (s. 85). Denna omedelbara belöning uteblir just nu och påverkar kanske matcher som spelas utan publik mer än vad vi kan ana. För oavsett hur pandemin sprids så genomförs alla fotbollsligor världen över, men utan att fansen kan ta del av dem live.

Avslutande diskussion

Musik hjälper oss att både färdas bakåt i tid och att vara i nuet. Genom att minnas vad vi lyssnade på vid vissa tillfällen kan vi återkalla känslorna vi hade då, oavsett om de är positiva eller negativa. Speciella händelser kan förknippas med speciella låtar. Men konklusionen blir att det kanske inte är musiken i sig som spelar roll när vi väljer vad vi vill lyssna på för att må bättre, utan det är känslan musiken framkallar i form av tidigare upplevelser och minnen som är av betydelse. Det spelar ingen roll hur glad och upptempo en låt är om den inte får oss att sätta den i samband med en positiv och glädjefylld situation, och vi kan därför inte ta för givet att alla människor blir glada av en spellista med så kallade "Happy songs".

Musiksmak är mycket individuellt men kan genom olika fanskap delas med andra människor. Fans till exempelvis Kiss delar sin smak för bandet, men behöver inte uppskatta samma låtar för det. Men vid en livekonsert så är alla där för samma sak och de enskilda låtarna har mindre betydelse. Kollektivet och situationen blir viktigare än individen. Därför är det också svårare att interagera med andra fans via sociala medier där individen står i centrum. Det finns ingen övergripande situation att ta hänsyn till utan var och en är sig själv närmst, vilket kan jämföras med ovan undersökning där tonårsbarnen hellre lyssnade i ensamhet än tillsammans med föräldrarna. Man blir helt enkelt kontextlös. Detta sammantaget indikerar att isoleringen under pandemin gör att musikens betydelse förändras till att vara ännu mer individuellt anpassad.

Citatet i titel på artikeln är en låt med det brittiska bandet The Police från 1980. Låten har absolut inget att göra med en pandemi utan handlar om relationen mellan en manlig lärare och en kvinnlig elev. Men i pandemins fotspår så återfinns det många krönikor, liksom den beskrivna ovan, som listar olika låttitlar som kan ses som ögonblicksbilder av människors upplevelse av pågående pandemi. Det finns också en hel del nykomponerade låtar med coronatema som är till för att höja kunskapen om viruset, något som skett även vid tidigare epidemier (Bjurs 2005:12). Budskapet i låttiteln är kanske den viktigaste regeln vi har just nu; stå inte så nära! Musik har betydelse på många olika sätt för människor och när vi väl kommer ur pandemin behöver vi på nytt få uppleva hur det är att gå på konsert och på match tillsammans. Samtidigt så kanske detta med streamade konserter blir det nya "live". Framtiden får utvisa detta. Till dess håller vi ut och lyssnar för oss själva.

Källförteckning

Ahlsved, Kaj. 2017. *Musik och sport: En analys av musikanvändning, ljudlandskap, identitet och dramaturgi i samband med lagsportevenemang*, diss. Åbo Akademi, Finland.

Ansdell, Gary. 2016. *How music helps in music therapy and everyday life*, London: Routledge.

Bjurs, Sofia. 2020. Artister världen över skapar musik om coronaviruset. <https://sverigesradio.se/artikel/7460930>

Blake, Cindy, Kasper, Roger, Rossi, Francis & Parfitt, Rick. 1993. *Just for the record - The autobiography of Status Quo*, London: Bantam press.

Crawford, Garry. 2004. *Consuming sport: fans, sport, and culture*, London: Routledge.

Eichberg, Hans. 2009. "The energy of festivity: atmosphere, intonation and self-orchestration in Danish popular sports" i Bateman, Anthony & Bale, John (red.) *Sporting sounds: relationships between sport and music*, London: Routledge.

Gabrielsson, Alf. 2011. *Starka musikupplevelser: musik är mycket mer än bara musik*, Möklinta: Gidlund.

Johansson, Marina. 2020. "Musik som tar mig genom pandemin" <https://www.saffletidningen.se/2020/11/21/musik-som-tar-mig-genom-pandemin/>

Juslin, Patrik N. 2019. *Musical emotions explained: unlocking the secrets of musical affect, First edition*. Oxford: Oxford University Press.

Kjellander, Eva. 2013. *Jag och mitt fanskap- vad musik kan betyda för människor*, diss. Örebro universitet.

Kjellander Hellqvist, Eva. 2019. "Spellistan som husapotek", i Askander, Mikael & Lundin, Johan (red) M&STE — elektronisk tidskrift för konferensen Musik & samhälle.

Kjellander Hellqvist, Eva (under utgivning) "At the end of the storm, there's a golden sky/The importance of an English football anthem for the Swedish fans", *Journal of fandom studies*.

Kulturbolaget.se [hämtad 21.04.08].

Lilliestam, Lars. *Lyssna på musik: upplevelser, mening, hälsa*, Göteborg: Bo Ejeby förlag.

Spotify [hämtad 21.03.25].

Strömberg, Therese. 2020. 'Samma låt spelades i hela Europa samtidigt', *Expressen*, 20 mars, <https://www.expressen.se/sport/fotboll/premier-league/samma-lat-spelades-i-hela-europa-samtidigt/> [hämtad 20.07.24].

Sundqvist, Alexandra. 2020. 'Nytt forskarnätverk kartlägger musiklyssningen under corona', *Dagens Nyheter*, 28 juli, www.dn.se/kultur-noje/nytt-forskarnatverk-kartlagger-musiklyssningen-under-corona [hämtad 21.03.19].

Tarver, Erin C. 2017. *I in team: sports fandom and the reproduction of identity*, Chicago: The university of Chicago press.

Thompson, R. L, & Larson, R. 1995. "Social Context and the Subjective Experience of Different Types of Rock Music." *Journal of Youth and Adolescence* 24.6, s. 731-44.

The new geographies of popular music (in a pandemic): Guilty geographies and compressed intimacies

Phil Dodds

Abstract

In this paper, I analyse developments in the relationship between popular musicians and their audiences that have intensified during the COVID-19 pandemic of 2020–21. The first, *guilty geographies*, concerns musicians and music venues becoming increasingly reliant on charitable audience support, appealing to fans' ethical consciences through the crowdfunding (or fan-funding) model. The second, *compressed intimacies*, relates to the conditions of musical production and reception, and the new geographies of musical listening, that emerge from this guilt-based relationship. Focusing on examples from Sweden, I argue that while some artists and venues have engaged creatively with guilty geographies and compressed intimacies, these trends should be resisted.

Keywords

Popular music; guilty geographies; fan-funding; intimacy; sonic compression; streaming platforms; Mona Masrour; Alice Boman; Jens Lekman; Sweden.

Introduction

In this paper, I discuss how the COVID-19 pandemic of 2020–21 has emphasised and intensified certain pre-existing trends in the relationship between pop musicians, pop audiences and the spaces of popular music. Drawing on examples from Sweden – including different kinds of Swedish streaming platforms, concert venues, a digital festival, and indie and R&B artists – I highlight two interrelated developments: *guilty geographies* and *compressed intimacies*. I argue that while live music has become extra risky in the last year, and the spaces of live music have become guilty spaces, there has long been an increasing reliance on guilt in the music industry, with important implications for how pop music works.

Drawing on research by Lauren Berlant, Malcolm James, Emil Kraugerud and others, I also suggest that these guilty geographies are driving changes in the relationship between music fans and music producers, producing new spaces and practices of intimacy, both in online platforms and in traditional music performance spaces, and that these increasingly compressed intimacies are inaugurating a new musical aesthetic. I argue ultimately that, while they have inspired some creative ways of producing, performing and experiencing music, these trends in the geographies of popular music should be resisted.


Guilty geographies

During the COVID-19 pandemic, the decision of Sweden's Public Health Agency to forgo a nationwide lockdown attracted global attention. Another Swedish institution to receive international media coverage was the Malmö music venue Plan B, which at the height of the first wave of infection in April 2020 was controversially hosting "the only show[s] in Europe" (*NME* 2020). While other live music venues closed, Plan B continued to put on concerts for smaller, socially distanced audiences. People attended in part "to support the band and the venue" (*ibid.*) and to ensure the survival of the city's live music culture more generally. (That music fans should be motivated to attend a concert out of a sense that the future of live music relies on it may seem strange or extreme, but, as I explain below, this motivation is not new, and has in fact been increasingly and actively encouraged in recent years.) And when Plan B won a Swedish music magazine's Live Music award, the owner declared it "a victory for all who have helped live music to survive" (Plan B 2021). It is revealing, however, that some of these loyal concertgoers who "helped live music to survive" did not want to be quoted in an *NME* article, "fearing that international friends and colleagues will judge their actions" (*NME* 2020). This was a twin-pronged guilt, as the fear of not supporting a vital part of Malmö's music culture combined with an awareness that attending a gig in a pandemic entailed considerable risks.

The potential risks of live music events, over and above the risks of other kinds of social gatherings, were being discussed from the pandemic's outbreak. A *Washington Post* columnist speculated on Twitter that "noise" – and more

specifically increases in “droplet transmission” when people raise their voices – might increase infection rates (see Figure 1). A *Guardian* article asked: “Did singing together spread coronavirus to four choirs?” (*The Guardian* 2020). This logic was mocked but some scientific studies seemed to support the claim. Researchers from the Institute of Fluid Mechanics and Aerodynamics at Bundeswehr University Munich turned their attention to music and singing and presented their findings in a widely-shared YouTube video (see Figure 2). Focusing on choirs and wind instruments, the researchers used Particle Image Velocimetry to assess whether singing and performing music was safe, or how it could be made so, in the COVID context. They found that “air movement” produced through music-making was generally minimal, although some problematic woodwind instruments should essentially be masked (with “a very thin and tightly woven cloth” or popscreen over their openings). They also emphasised that music should only be performed in large, well-ventilated rooms to avoid aerosol accumulation. Also, “If the music is primarily intended to create a pleasant atmosphere, then it should not be too loud. Otherwise people who want to talk will approach and speak loudly. Both increases the probability of infection and musicians should not put people in this situation” (all quoted from “Making music during the SARS CoV 2 pandemic” on YouTube). And in August 2020, a *British Medical Journal* article reached similar conclusions, using colourful visualisations to highlight the heightened risks involved in “shouting [and] singing” together for prolonged periods (Jones et. al 2020; see Figure 3).

← Thread



Megan McArdle ✓
@asymmetricinfo

▼

This is not a scientific assessment, just an idle speculation, and please take it in that light, but, looking at all the infections at choir practice, soccer games, restaurants, etc, what if one big problem is ... noise? This would also help explain why NYC happened so fast.

11:30 PM · Apr 24, 2020 · TweetDeck

110 Retweets
1.1K Quote Tweets
520 Likes









Megan McArdle ✓ @asymmetricinfo · Apr 24

Replying to @asymmetricinfo

As I say, this is COMPLETELY IDLE SPECULATION. i am just noodling what policy recommendations might come out of a discovery that noise spreads covid. Do we redesign restaurants to be like those 1950s places with drapery everywhere, instead of cool industrial vibe?

▼


80
57
109




Megan McArdle ✓ @asymmetricinfo · Apr 24

Does noise pollution become a much bigger priority?

▼

26
5
73





Megan McArdle ✓ @asymmetricinfo · Apr 24

Sorry, to be clear: noise is a problem because when it is noisy, people raise their voices to be heard, which facilitates droplet transmission. I'm not suggesting that, like, noise gives you covid.

▼

278
152
957

Michael @mbyrnes37 · Apr 24

Replying to @asymmetricinfo

You mean the actual noise, in and of itself, or the act of creating noise by many people in relatively close quarters?

▼

1
1
15




Megan McArdle ✓ @asymmetricinfo · Apr 24

The fact that people shout when it's noisy, and shouting spreads covid.

▼

20
10
61




Relevant people



Megan McArdle ✓
@asymmetricinfo

Columnist at the Washington Post. Opinions my own. Email me: Megan.McArdle -at- washpost.com Buy my book, The Up Side of Down amzn.to/1a3i2tK

Follow

Trends for you 

Trending in Sweden

Åkesson

1,597 Tweets

Trending in Sweden

Karin Röding

Trending in Sweden

#ifkbg

Premier League · Trending

Manchester United

41.8K Tweets

Trending in Sweden

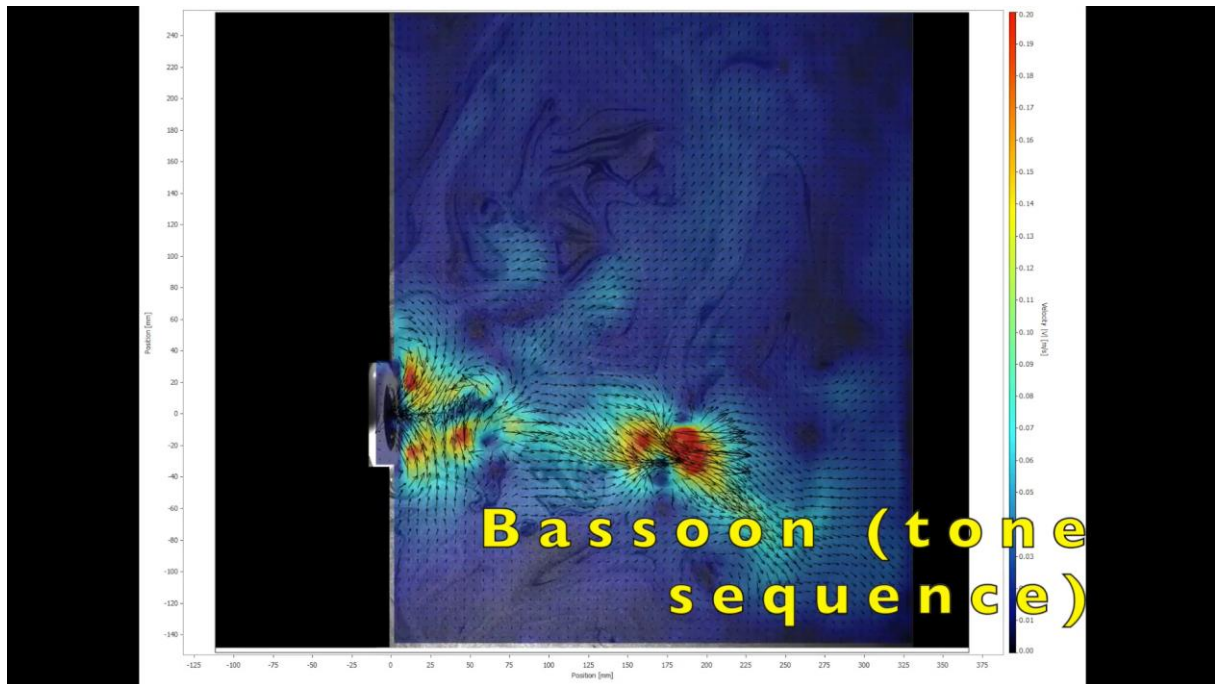
pratar

[Show more](#)

Terms Privacy policy Cookies Ads info More

© 2020 Twitter, Inc.

Figure 1. Tweets from Megan McArdle (@asymmetricinfo) on 24 April 2020.



When not singing or playing with wind instruments, the musicians in the ensemble should protect themselves with a good particle-filtering respirator.

The audience should wear a mouth-and-nose protector at concerts or protect themselves from droplet infection with a particle-filtering respirator!

Figure 2. Stills from the "Making music during the SARS CoV 2 pandemic" YouTube video, posted 17 May 2020.

Type and level of group activity	Low occupancy			High occupancy		
	Outdoors and well ventilated	Indoors and well ventilated	Poorly ventilated	Outdoors and well ventilated	Indoors and well ventilated	Poorly ventilated
Wearing face coverings, contact for short time						
Silent	Low	Low	Low	Low	Low	Medium
Speaking	Low	Low	Low	Low	Low	Medium
Shouting, singing	Low	Low	Medium	Medium	Medium	High
Wearing face coverings, contact for prolonged time						
Silent	Low	Low	Medium	Low	Medium	High
Speaking	Low	* Low	Medium	* Medium	Medium	High
Shouting, singing	Low	Medium	High	Medium	High	High
No face coverings, contact for short time						
Silent	Low	Low	Medium	Medium	Medium	High
Speaking	Low	Medium	Medium	Medium	High	High
Shouting, singing	Medium	Medium	High	High	High	High
No face coverings, contact for prolonged time						
Silent	Low	Medium	High	Medium	High	High
Speaking	Medium	Medium	High	High	High	High
Shouting, singing	Medium	High	High	High	High	High

Risk of transmission
Low ■ Medium ■ High ■

* Borderline case that is highly dependent on quantitative definitions of distancing, number of individuals, and time of exposure

Figure 3. "Risk of SARS-CoV-2 transmission from asymptomatic people in different settings and for different occupation times, venting, and crowding levels (ignoring variation in susceptibility and viral shedding rates)." Copied from Jones et al. (2020).

This attention to sites of live music marked them as risky spaces, and places where people might feel guilty to go. Certainly there were contrasting opinions in Sweden and beyond about Plan B, and media articles emphasised the controversy and stigma associated with attending concerts there (e.g. *Rolling Stone* 2020; *NME* 2020). Music venues became part of what Alberto Vanolo calls the urban "spatialities of guilt" (Vanolo 2020, 6), joining the traditional sites associated with certain kinds of illicit practices and unethical consumption. Moreover, musical practices became key mechanisms by which guilty geographies were produced, and music had a role in how places became "defined by individual or collective feelings of guilt and shame" (*ibid.*, 7).

Of course the association between guilt and live music comes mostly from the extreme circumstances of a public health crisis in which live music, and the spaces in which it is performed, have become risky, but this association was already evident in the rise of crowdfunding (or fan-funding) models for artists and venues, which pre-dated the pandemic but have increased in prominence during it. Over the last year, venues have had to rely on charitable support. I donated to two Swedish venues to help them survive. But they had already embraced aspects of fan-funding, the logic of which is that fans' enthusiasm, ethics and public-spiritedness are responsible for the maintenance of musical culture. In their influential study of voluntary payment systems, Regner and Barria (2009, 404) quote one platform promising "Internet music without the guilt", adding that "Trying to appeal to the morality of customers seems plausible in the highly charged field of online music". They find that guilt may explain music fans' generosity in donating more than the suggested price for artists' albums, or indeed in choosing not to just download albums for free, suggesting that fans see such voluntary payment as "their private contributions to a public good", and perhaps also as a means of "alleviat[ing]" the "latent guilty feeling" of having previously enjoyed the artist's work for free (*ibid.*).

Aspects of this were present in the marketing and organisation of the "Från Malmö" festival of April 2021, which was presented as a way for music fans to support and "preserve" the city's "unique cultural meeting places and expressions" (Kulturbolaget 2021). Posters around Malmö hardly mentioned that it was a *digital* festival, with no audiences in physical venues, although they did promote its connection to the city's concert spaces (see Figure 4). We see in this a version of how materiality "bites back" in digital music consumption, as Paolo Magaudda (2011) memorably puts it. People still seek material connections – even intimacy – when they consume music digitally, even as device-based and technologically-mediated music consumption has "changed the intimate material landscape of listeners' experience" (*ibid.* 23). The high ticket prices – equivalent to a "traditional" concert – were presumably intended to support these live music venues and Malmö's music culture more generally. Music fans – especially those who did not want to risk attending physical shows at Plan B – were inclined to buy tickets less for the privilege of watching a live stream and more for this sense of supporting the city's cherished cultural sites. But elsewhere the

organisers wrote of another intention: to “develop methods to achieve financial sustainability in streamed events so that these can be used individually and as a complement to traditional live events in the future” (Svensk Live 2021). In this sense, music fans’ conscientious purchases driven by a desire to preserve traditional music venues were also driving the development of new kinds of digital live musical spaces.



Figure 4. Promotional image for the “Från Malmö” digital music festival.

Magaudda (2021) has recently used an STS-perspective to analyse the “infrastructuring” of digital music practices, with specific references to newly dominant music technologies and streaming platforms. He argues that listening devices have increasingly become “infrastructural interfaces”, contributing to “the platformization of music circulation” (*ibid.* 241; 246). It should be added that platformization creates new kinds of spaces where people *have to* go to for music, as people no longer own or even download music of their own, and as new digital platforms increasingly outperform traditional venues and distributors, at least in economic terms. New streaming platforms abound, especially in Sweden, where the latest tech start-up – Staccs – offers a subscription streaming service for live music concerts. Aiming to be “the Netflix for concerts” and with “aggressive expansion plans”, Staccs has attracted significant

investment from venture capital funds (*Dagens Industri* 2021). It wants to drive the development of hybrid concerts with both digital and live audiences (*ibid.*), and according to its CEO's LinkedIn page, this "service built by fans - for fans" will be delivered by a "Stockholm-based and global-minded" team of "mediatech entrepreneurs and business innovators" (Anders Tullgren, LinkedIn). Of course, as Shara Rambarran points out (2021), connections between – and hybrid versions of – digital and physical in music can be creatively valuable, and are certainly nothing new, even if they have proliferated in recent years. What is new is the rise of a platform-based digital infrastructure and the associated implications for musical aesthetics, and for how music is produced and experienced. Recent research by Keith Negus and Qian Zhang (2021) has shown how digital stages, platforms and streaming services in the "experience economy" increasingly shape experiences and expectations of live music. Meanwhile, musicians on new digital music platforms are obliged to "optimize" their outputs in response to the pressure of platformization, such as by creating songs suited to Spotify's playlists (Morris 2020). These are all examples of musical "infrastructuring".

Through streaming services such as Spotify, the relationship between music and the spaces of listening enters a kind of feedback loop, whereby the power of the platform induces musicians to produce music for its place-specific playlists (e.g., "At Home" or "In the Car"), thereby reinforcing these spaces as spaces in which we should listen to (certain kinds of) music. Spotify's stated aim is "to bring music into every part of your life, wherever you are" (quoted in Eriksson and Johansson 2017, 67), and in striving for this aim it has influenced, and insinuated itself into, the spaces of listeners' lives. Moreover, as Eriksson et al. (2019, 136) have highlighted, the Spotify business model is based on producing and monetizing a "sense of intimacy" in order to gather data on what different kinds of spaces mean to their listeners:

As users are drawn into a supposedly tailored universe that seeks to provide the right music for 'everyone' and 'every mood', they are also encouraged to enter into an affective and intimate relationship with the service... The functional and intimate framings of playlists insist that listeners share data not only about their streaming behavior but, implicitly, also about their state of mind at any given moment, which, in turn, generates revenue for the service. (*ibid.* 136–7)

Spotify has, during the pandemic, also provided a platform for a new form of fan-musician intimacy by adopting aspects of the “fan-funding” model. Its “Artist Fundraising Pick” feature – essentially a tips jar – enables fans to donate money to specific artists (or to charities chosen by those artists). An obvious alternative would be for Spotify to give these artists a larger share of its subscriptions and advertising revenue, but instead it provides a mechanism for alleviating consumer guilt (see Regner and Barria 2004). The implications of the rise of such mechanisms in terms of fan-musician relationships, and for the kind of music being produced and performed, are profound. For Suzanne Scott (2015), “fan-ancing” – with its suggestion that it involves *more* than just a financial transaction – has the potential to produce “a moral economy that requires that fans/backers be ‘served’ more attentively” (179). In “the new economy of fandom”, music fans assume roles as “sponsors, co-creators of value, stakeholders, [or] investors” (Galuszka 2015, 26), and this can come with “fan entitlement” (Plante et al. 2017), encouraging musicians to reveal more of their personal lives or present a public persona through multiple channels and platforms. And it can lead to (expectations of) a new intimacy between fans and artists, with all the relational work that entails (Baym 2018; Hair 2021).

In what follows, I want to draw out the implications of how guilty geographies produce new spaces, platforms and infrastructures of musical listening by focusing on this issue of musical intimacy. As Lauren Berlant (2018, 282; 284) points out, “intimacy builds worlds; it creates spaces and usurps places meant for other kinds of relation” and acts as “a drive that creates spaces around it through practices”. “These spaces are produced relationally” and may “generate an aesthetic” (*ibid.*, 285). And as Nancy Baym (2018) has shown, these newly created spaces and places – these platforms and infrastructures – come with particular sonic and relational affordances, and are part of how professional musicians are incentivized to monetize their intimate relationships. It is these kinds of platform-mediated musical intimacy that I explore in greater detail below.

Compressed intimacies

Spotify, like other music reproduction devices and services through history, succeeds largely because of the technology it uses. Compression technologies have been especially important (Sterne 2012). Spotify harnesses Ogg Vorbis

software which uses a method of “irreversible compression” or, in Swedish, *destruktiv komprimering*. As opposed to lossless compression methods which involve no permanent degradation of data, *destruktiv komprimering* entails substantial data loss. It is widely used for audio streaming because of its ability to produce decent sound quality at the click of a button. Spotify’s advantage, as Eriksson et al. (2019, 88) point out, is that “A streamed track is always played immediately.”

But, as musicologist and philosopher Robin James acknowledged on Twitter: “the most significant sound of 2020 is Zoom compression” (@doctaj, 16 December 2020). Zoom’s technology reduces echoes and makes verbal communication possible even among large groups of people, facilitating digital intimacy between pandemic-distanced families and friends. Zoom’s dynamic range compression does strange things to music, though; songs played over Zoom using the standard audio settings sound thin and distant. Also, while Zoom can cope with live singers who perform at low-to-moderate volume and in a normal range, louder and higher-pitched notes tend to get filtered out. Moreover, Zoom’s sound technology entirely reworks notions of shared musical performance and participation. If one participant is sounding, the others are muffled as designated listeners, encouraged to contribute only through symbolic reactions or “chat” comments. This kind of structured, taking-turns relationship clearly differs from traditional experiences of shared live music. It is interesting, then, that Swedish artists have turned to Zoom and other compression-based live-streaming platforms for live performances this year. (I explore an example below.)

To the extent that Zoom has worked for musicians and fans, it has been because of the kind of compressed intimacy it offers: connecting and bringing people “close”, albeit in a specific, limited way. Berlant (1998, 281) has highlighted the connections between intimacy and compression: “To intimate”, is to communicate with the sparsest of signs and gestures, and at its root intimacy has the quality of eloquence and brevity. But intimacy also involves an aspiration for a narrative about something shared.” Indeed, music scholars have used Berlant’s (2008) conception of “intimate publics” to explore how strangers form bonds through, for example, sharing Spotify playlists (Siles et al. 2019). In his recent book on *Sonic Intimacy*, Malcolm James (2020, 12) has used a different

conception of intimacy in terms of “a reciprocity so fundamental it can be *intimated* in the barest of gestures”. For James, different kinds of technologies afford different kinds of intimacy and musical closeness, different sound cultures, or different collective and social experiences of sound. He looks for sonic intimacies based on *shared*-ness, as Berlant does, but with a special attention to devices and technologies like pirate radio transmitters and mobile phone screens. However, he has less to say about which musical features characterise different kinds of sonic intimacy. This musical focus is taken up more directly in Emil Kraugerud’s (2021) study of *Acousmatic Intimacy*. Kraugerud acknowledges dynamic range compression as well as condenser microphones as crucial tools of intimacy production, but explores how and why compressed sounds may be experienced as intimate by listeners, and how expectations of intimacy lead to new performance styles. He explains that: “In the era of mechanical recording, singers had to sing at a certain volume for the sound to transfer to the record, but with the microphone and electrical amplification, even subtleties of a performance such as breathing and other subtle mouth sounds could be made audible” (Kraugerud 2021, 88). Or, as Susan Schmidt Horning (2013, 45) puts it: “The microphone afforded more intimacy [by] capturing more subtleties in the vocalist’s performance.” The microphone also enabled singers in large, collective spaces to sound to an audience as if they were singing quietly, as in intimate contexts. And recorded music is generally experienced as intimate if the listener is “able to relate its sounds to a source” (Kraugerud 2021, 86), which is why whispers, breaths and transients are heard high in the mix in “intimate” music. Kraugerud (*ibid.*, 98) also suggests that reverb can be used for intimacy when it is used “to simulate a domestic space” – although perhaps he overlooks the ways that digital and virtual spaces are increasingly experienced as intimate, as we will see. He acknowledges, crucially, that “the threshold for what is perceived as intimate with regard to recorded music is continually expanded” by developments in music technologies and the contexts in which music is experienced (*ibid.*, 4).

These conceptions of intimacy invoke some sense of closeness or connection, and Berlant (1998, 281–2) adds to this the association of personal “witnessing” genres like TV talk shows with intimacy. This implied closeness, including through microphone techniques and personal revelation, lies behind the increasing popularity and “intimate soundwork” of the podcasting medium

(Murray 2019), which is an important part of Spotify's service. These characteristics also apply to the music of the Swedish singer Mona Masrouf, who won the 2021 Grammis award for Newcomer of the Year and whose "personal r'n'b" and "intimate songs create a special familiarity" (Ebba Lindqvist PR, n.d.). One review of Masrouf's 2021 debut album describes her "intimate r'n'b" with "personal stories" and emphasises her soft, whispering singing style, adding that all the tracks are united by "a feeling of intimacy" (Azarmi 2021). Another review is entitled "Intimate R&B in Swedish" (Skarin 2021), while an interview feature praises her for producing "music that feels close" (Roney 2021). To some extent, it is surprising that Masrouf's music is so consistently described as intimate since her singing is generally cool, reserved, undemonstrative, without much dynamic range, and almost always digitally filtered or technologically augmented in some way. She could almost be singing through Zoom. However, listeners can hear her breathing and the delicate details of her voice, as her vocals were apparently recorded in the intimate way Kraugerud (2021) describes. Further, she reveals herself to her listeners through her lyrics' personal themes and through samples of phone conversations with her mother. The inclusion of these technologically-compressed-yet-nonetheless-intimate voices is an example of the kind of intimacy-building methods that modern musicians increasingly employ.

Other artists and songs that have succeeded during the pandemic also demonstrate elements of this kind of intimacy. The breakthrough hit of the pandemic – breaking several Spotify streaming records – was Olivia Rodrigo's "drivers license", with its breathy-voiced vocals in which the distinctive grain and plosive pops can be heard. The song's intimate soundscape begins with the car-key jingle and whispered singing of the opening seconds. The lo-fi aesthetic develops as percussion is provided by hand-claps. The lyrics tell a personal story of vulnerability after lost love, and the chorus climax drops to leave Rodrigo's quiet *a capella* singing. The song does, however, become more epic in the bridge featuring choral backing singers, with reverb and echo on the percussion implying a larger space than the (implied) car of the beginning. This section would be hard to recreate over Zoom, with its limited opportunities for participation, echo and dynamic range, but the Swedish indie artist Alice Boman makes music that is more suited to that particular form of compression. Almost all her early songs – famously recorded from her bedroom – have a distinctive

hiss that means that the listener can hear the source (i.e., the lo-fi technologies on which it was recorded). Her 2020 album "Dream On" has similar aesthetics. A reviewer praised her ability to "create immediate closeness" (Grönberg 2020). One song from this album, "Everybody Hurts", shares the lyrical premise of "drivers license": an ex-lover is with someone else now, and the singer imagines that this someone else has everything that she lacks. The production is fuzzier, more ethereal, but the intimate detail of Boman's voice comes through, always staying in that Zoom-friendly mid-range in terms of pitch and dynamics.

Boman suits the conditions of "intimate" live performance in the pandemic context in which she had to promote her new album. She sang stripped-down versions of her songs over a Facebook Live stream in April 2020, apparently performing from a bedroom or home studio, and responding to fans' comments in between. She also appeared on a digital music festival broadcast via Twitch from a Stockholm music studio, which was free-to-stream but had prominent Swish and PayPal donation functions. In September there was a ticketed "Virtual World Performance" through the NoonChorus platform, which is described as "a way for musicians to connect with their fans through live streaming" (NoonChorus). The service also offers "geo-targeted" options for its virtual shows whereby struggling venues earn a share of ticket sales. And mostly recently Boman broadcast a "*streamkonsert*" from a Malmö music venue as part of the aforementioned Från Malmö digital music festival. Her music's ability to make an intimate connection with fans, and to do so in support of traditional venues, has stimulated the digital platformization that will suit other music with similar qualities.

A final Swedish musical example is the Gothenburg-based indie singer-songwriter Jens Lekman, who has also adapted to the conditions of musical performance imposed by the pandemic, in part because he was already pioneering and embracing elements of "compressed intimacy" in his work. Lekman has been corresponding with his audience directly for more than 15 years, including through his blog by which fans get an insight into his creative and everyday life. He has rewarded fans' support with songs addressed directly to them (e.g., "Olivia and Maddy" from 2013.) For his 2015 "Ghostwriting" initiative, Lekman solicited fans' stories that he could turn into songs. Performing at fans' weddings has been an important income source for him, and videos of

these intimate performances are on YouTube. His ability to insert himself into – and make music appropriate for – the spaces of his fans’ lives was demonstrated on his 2015 Living Room Tour, in which he performed intimate shows in fans’ homes in Sweden’s smaller towns. All these tendencies intensified in the pandemic, as Lekman replaced his planned tours with short “Jukebox Zoom” shows performed one-on-one to fans around the world. He used no special microphones or other recording technologies for these shows; Zoom’s compression was all that mediated between him at his kitchen table and the fan listening via Zoom. This compressed intimacy reached its most intense form in the Guest Studio Session streamed from the Nordic Watercolour Museum in Västra Götaland. For this, he requested fans submit stories of their pandemic experiences, and he would choose a few to turn into songs. For the streamed live show he Zoomed these chosen fans and performed the songs, which were about their experiences, directly back to them. One viewer commented: “I didn’t believe until today that online music events can feel this real and close.”

Conclusion: resisting guilt and decompressing intimacy

Musicians and fans have worked creatively with the new geographies of musical listening that have been revealed starkly by the pandemic context. Music suited to these circumstances can be beautiful and engaging, as Mona Masrouf has shown. When intimacy is associated with fan-artist closeness and personal experience, Zoom can suffice, as Lekman and Boman have demonstrated. Efforts to improve live music streaming services are not unwelcome, and it is to be expected that online *venues* will appear in the coming years, perhaps offering different sonic qualities based on different kinds of compression, potentially also linked to the acoustics and atmospheres of ‘real’ music spaces. The problem, though, is that the rise of digital live music streaming and associated platforms, including those stimulated by fans’ ethical well-wishes, will in the short term lead to a compressed range of popular musical aesthetics. If a particular conception of intimacy based on the detail of the voice and personal revelation continues to dominate, then other forms of music – and the spaces in which those other forms are traditionally experienced – might be lost, along with Malcolm James’s more capacious, collective, interactive conception of sonic intimacy. Of course relationships between musicians, audiences and sites of pop music performance

will always change, as will popular conceptions and expectations of intimacy, but I suggest that neither of these should be built on guilt. It is the compressed nature of the fan-artist or fan-venue relationship, in which fans are held directly responsible for the existence of musical culture and musicians are made directly responsible for fans' experiences, that affords guilt a key role in the production of pop-musical spaces. The solution, beyond the pandemic, must be to construct new geographies of musical listening, including online, offline and hybrid performance spaces, that are not dominated by guilt or by relations of obligation. Such alternative platformization can facilitate decompressed musical creativity and experience, allowing for different kinds of social and collective intimacy.

References

Azarmi, Natasha. 2021. Mona Masrours intima r'n'b är sällsynt egen. *Aftonbladet* 19 February 2021.

<https://www.aftonbladet.se/nojesbladet/musik/a/weKLL1/mona-masrours-intima-rnb-ar-sallsynt-egen> [accessed 30 April 2021].

Baym, Nancy K. 2018. *Playing to the Crowd: Musicians, Audiences, and the Intimate Work of Connection*, New York: New York University Press.

Berlant, Lauren. 1998. Intimacy: A special issue. *Critical inquiry* 24(2): 281–288.

Berlant, Lauren. 2008. *The Female Complaint: The Unfinished Business of Sentimentality in American Culture* (Durham: Duke University Press).

Eriksson, Maria and Anna Johansson. 2017. "Keep smiling!": Time, functionality and intimacy in Spotify's Featured Playlists. *Cultural Analysis* 16: 67–82.

Eriksson, Maria, Rasmus Fleischer, Anna Johansson, Pelle Snickars, and Patrick Vonderau. 2019. *Spotify Teardown: Inside the Black Box of Streaming Music*, Cambridge, MA: MIT Press.

Galuszka, Patryk. 2015. The new economy of fandom. *Popular Music and Society* 38(1): 25–43.

Grönberg, Hannes. 2020. Alice Boman skapar omedelbar närhet. *Sydsvenskan* 15 February 2020, <https://www.sydsvenskan.se/2020-02-15/alice-boman-skapar-omedelbar-narhet> [accessed 30 April 2021].

Hair, Lee. 2021. Friends, not ATMs: Parasocial relational work and the construction of intimacy by artists on Patreon. *Sociological Spectrum* (2021): 1–19.

James, Robin. 2020. Twitter post. 16 December 2020, <https://twitter.com/doctaj/status/1339217466816421890> [accessed 30 April 2021].

Jones, Nicholas R., Zeshan U. Qureshi, Robert J. Temple, Jessica PJ Larwood, Trisha Greenhalgh, and Lydia Bourouiba. 2020. Two metres or one: What is the evidence for physical distancing in covid-19? *BMJ* 370.

Kraugerud, Emil. 2021. *Come Closer: Acousmatic Intimacy in Popular Music Sound*. Phd Dissertation, Department of Musicology, University of Oslo.

Kulturbolaget. 2021. Från Malmö – En digital musikfestival från Malmös livescener. 17 March 2021, <https://kulturbolaget.se/nyheter/2021/fran-malmo-en-digital-musikfestival-fran-malmos-livescener/> [accessed 30 April 2021].

LRT7. Making music during the SARS CoV 2 pandemic. Institute of Fluid Mechanics and Aerodynamics, Universität der Bundeswehr München, 17 May 2020, YouTube video, 07:26, <https://youtu.be/BYo3wIWUDDM> [accessed 30 April 2021].

Magaudda, Paolo. 2011. When materiality “bites back”: Digital music consumption practices in the age of dematerialization. *Journal of Consumer Culture* 11(1): 15–36.

Magaudda, Paolo. 2021. Smartphones, streaming platforms, and the infrastructuring of digital music practices. In *Rethinking Music through Science and Technology Studies*, ed. Antoine Hennion and Christophe Levaux, London: Routledge, 241–255.

McKie, Robin. 2020. Did singing together spread coronavirus to four choirs? *The Guardian* 17 May 2020, <https://www.theguardian.com/world/2020/may/17/did-singing-together-spread-coronavirus-to-four-choirs> [accessed 30 April 2021].

Mona Masrour, Ebba Lindqvist PR, <http://www.ebbalindqvist.se/mona-masrour> [accessed 30 April 2021].

- Morris, Jeremy Wade. 2020. Music platforms and the optimization of culture. *Social Media and Society* 6(3): 1–10.
- Murray, Sarah. 2019. Coming-of-age in a coming-of-age: The collective individualism of podcasting's intimate soundwork. *Popular Communication* 17(4): 301–316.
- Negus, Keith, and Qian Zhang. 2021. Stages, platforms, streams: The economies and industries of live music after digitalization. *Popular Music and Society* 45(1).
- NoonChorus: About Us. Noonchorus. <https://noonchorus.com/aboutus/> [accessed 30 April 2021].
- Plan B, 2021. We won the Gaffa prize for Best Live Venue! Facebook Post 29 April 2021, <https://www.facebook.com/planbvenue/posts/2544487589191057> [accessed 30 April 2021].
- Plante, Courtney N., Stephen Reysen, Sharon Roberts, and Kathleen Gerbasi. 2017. "Welcome to the jungle": Content creators and fan entitlement in the furry fandom. *The Journal of Fandom Studies* 5(1): 63–80.
- Price Andersson, Alicia. 2021. Svensk musikstartup siktar på att bli "Netflix för konserter". *Dagens Industri* 15 April 2021, <https://www.di.se/digital/svensk-musikstartup-siktar-pa-att-bli-netflix-for-konserter/> [accessed 30 April 2021]
- Rambarran, Shara. *Virtual Music: Sound, Music, and Image in the Digital Era*. Bloomsbury Publishing USA, 2021.
- Regner, Tobias, and Javier A. Barria. 2009. Do consumers pay voluntarily? The case of online music. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 71(2): 395–406.
- Robertson, Derek. 2020. The only show in Europe: Inside Sweden's controversial socially distanced gigs. *NME* 15 April 2020, <https://www.nme.com/features/plan-b-coronavirus-social-distancing-gigs-sweden-2646993> [accessed 30 April 2021].
- Roney, Marimba. 2021. INTERVJU: MONA MASROUR – KÄNSLA FRÅN HJÄRTA OCH SJÄL. *Kingsize* 12 February 2021, <https://www.kingsizemag.se/intervjuer/intervju-mona-masroure-kansla-fran-hjarta-och-sjal/> [accessed 30 April 2021].

Schmidt Horning, Susan. 2013. *Chasing Sound: Technology, Culture, and the Art of Studio Recording from Edison to the LP*, Baltimore: John Hopkins University Press.

Scott, Suzanne. 2015. The moral economy of crowdfunding and the transformative capacity of fan-ancing. *New Media & Society* 17(2): 167–182.

Siles, Ignacio, Andrés Segura-Castillo, Mónica Sancho, and Ricardo Solís-Quesada. 2019. Genres as social affect: Cultivating moods and emotions through playlists on Spotify. *Social Media and Society* 5(2): 1–11.

Skarin, Morgan Storesund. 2021. Intim R&B på svenska. *Gaffa* 12 February 2021, <https://gaffa.se/recension/147555/intim-rb-pa-svenska> [accessed 30 April 2021].

Sterne, Jonathan. 2012. *MP3: The Meaning of a Format*, Durham: Duke University Press.

Svensk Live. 2021. Skånsk Live – Malmös livescener går samman i digitalt konsertsamarbete under namnet Från Malmö. 31 March 2021, <http://www.svensklive.se/nyheter/skansk-live-malmos-livescener-gar-samman-i-digitalt-konsertsamarbete-under-namnet-fran-malmo/> [accessed 30 April 2021].

Todesco, Claudio. 2020. Questo locale svedese ospita ancora concerti per 50 persone. È il nostro futuro? *Rolling Stone* 15 April 2020, <https://www.rollingstone.it/musica/questo-locale-svedese-ospita-ancora-concerti-per-50-persone-e-il-nostro-futuro/512461/> [accessed 30 April 2021].

Tullgren, Anders. LinkedIn profile, <https://se.linkedin.com/in/anders-tullgren-8b827b> [accessed 30 April 2021].

Vanolo, Alberto. 2020. Shame, guilt, and the production of urban space. *Progress in Human Geography* [online first], 1–18.

Feeling the void – Covid-19 creativity and football without football

Katarzyna Herd

This article is based on the lack of football activities during the global pandemic of 2020 (and unfortunately still in the beginning of 2021), focusing on a Swedish club from Stockholm called AIK (Allmänna Idrottsklubben). This lack of activities presented in the article happened between April 2020 and March 2021.

A virus that became known colloquially as 'Coronavirus' or 'Covid-19' (officially classified SARS-CoV-2) caused a halt to large gatherings of people. The ban on events was one of the methods to prevent the virus from spreading. Even though Sweden did not have a lockdown, as many other countries had, the number of people coming together was gradually restricted and sport events involved players only. No public was allowed. As Covid-19 spread in Sweden in early spring of 2020, the football season was just about to begin. Unlike many European countries, the Swedish league is played from spring to autumn (the most common schedule is autumn to spring, with a summer break). This meant that in 2020 football as it has been known for decades, with filled stadiums, chanting fans and an occasional open conflict with the police, did not happen.

How to consume something that does not exist? The Covid-19 pandemic that hit Europe resulted in drastic restrictions of events that form a core of experiences in popular culture, like concerts, gigs, theater, opera, art installations and art performances. Sport events were cancelled as well. Football was cancelled. After initial attempts to have some audience, or hopes that within a few months everything would be under control, it became apparent that seeing things 'live' would be out of a question.

The restrictions and lockdowns in most counties meant that the exchange economy based on 'I give you money you give me my emotional experiences' model was disrupted. Cultural as well as sport institutions faced a hard reality of drastically cut income and no audiences or spectators. The sport and culture

enthusiasts were in turn left with a void to fill. Football supporters in Sweden, anticipating a new season, waiting for April that usually starts the league matches, were left with meaningless year tickets and a dilemma of being an active supporter without being able to be an active supporter. Fans were supposed to sit at home and do nothing.

After a decade (at least) of a mantra calling for live support, supporting your local football club and watching it from the stands as 'real supporters' it all became 'unreal'. The 'nonsense' of relying on TV-screens rather than live atmosphere became the new 'sense'. Folklorist and literary critic Susan Stewart stressed the connections between constructing the common sense while defining the nonsense. They depend on each other and on individuals' ability to categorize them:

The common-sense construction of reality takes place in contexts of everyday life situations. Common sense underlies and is an outcome of the interpretations created in and by these situations; it is rooted in the reality of this everyday world. These interpretations depend upon the immediate situational context, on such features of the interaction as "settings, participants, ends, act sequences, keys, instrumentalities, norms and genres" (Stewart 1979, 27).

The football fandom serves in this text as an example for consumers deprived of their main source of nourishment – feelings and emotional engagement experienced at football stadiums – caused by the global pandemic. Like any group of fans, they are willing to spend money on tickets, travel to away matches, make banners, buy merchandise, and consume beer and hot-dogs during games. The monetary investment is translated into the emotional engagement that forms (at least for some) a key element in one's processes of identity constructions. Another abyss opened as well: every year TV, newspapers and social media were filled to the brim with football news, and a big part of it was about fans, about their engagement, their displays, the unrests and conflicts with the police, impressive or questionable behavior.

As the reality of empty stadiums was sinking in, the clubs (in Sweden and in other countries) began voicing a plea for help, as the economic situations for most of the clubs were far from safe and sound. But what was there to consume apart from TV screens? Quite a lot, as it turned out. After the initial 'What now?'-dismay, an eruption of creativity flooded social media and official clubs' channels, as fans and clubs themselves presented possibilities for spending money on their

beloved teams. To be able to consume something that was impossible to consume – a live event – a range of ways to support football was created, with a fair dose of humor and irony, which highlighted the nonsense of the new sense (Stewart 1979, 13-14).

It should be stressed that the activities presented here were visible throughout the football world and many clubs were incredibly creative in finding new ways to survive the pandemic, like sofa-tickets, fake games online etc. It was a global phenomenon providing many interesting examples. The focus on one Swedish club provides a plethora of activities in one specific context as it was not just one activity per club but rather a long, ongoing effort throughout the pandemic.

Board a fictional buss

Restrictions following the Covid-19 outbreak made clear that many Swedish clubs were in dire economic situations. Lack of spectators meant even less income. Clubs offered 'couch tickets' for example, asking fans to contribute, while sitting in their sofas. Supporters quickly organized themselves providing fake, or imagined, events one could take part in. Black Army, a supporter organization attached to AIK, started advertising fictive away trips to the team's away matches. During a normal year, they would have real trips organized. The ads, appearing regularly on their Facebook page for example, were very similar to those from 'normal' years. It just... did not happen. And it was cheaper. A hundred Swedish crowns for a trip. All the money was donated to AIK (4 Dec 2020; <https://www.facebook.com/blackarmy1981>). In a post that ended last year's campaign, Black Army could claim 46 000 SEK (Swedish crowns) for their club.



Picture 1. From Black Army's official Facebook page (retrieved April 2021).

The virtual bus trips were an example of a simple engagement that supporters could do, and with a small amount of money, they could support the club, and see their strength and meaning rising with every crown collected. During the 'normal' year, away matches can be exhausting. Sweden is a relatively big country, with hours of driving between towns. Matches are often on week days, especially Mondays, which makes it problematic with work arrangements. The virtual bus was a substitute for some, but a unique opportunity for others. It also showed how small contributions could turn into substantial help. But AIK turned out to be in dire need for more help, both moral and monetary, which prompted a bigger action.

Collect money to buy players

'Come on Gnaget!' – in Swedish 'Kom igen Gnaget' (Gnaget is a nickname for AIK) – was a supporter reaction to a bad start of the season and perceived stagnation on the transfer market, mixed with reports of a very, very bad economic situation. Swedish journalist and sport commentator Anders Lindblad called AIK in 2020 'a tragic comedy' (Lindblad 2020). In other words, the club was almost broke, with equally broken spirits, playing badly, and hitting the bottom of the league. The coach of the team had been sacked after the first few months, but a light at the end of the tunnel was nowhere to be seen. In those circumstances various supporter organizations, from ultras groups to official fan gatherings, came together to get some financial help. The fear of relegation,

inability to support on the stands, and info about bad finances in the club prompted a spontaneous reaction that united supporters to collect money. A message about the action was posted on AIK's official web page:

The season for the men's team has not started as we thought or hoped. The trend has not yet reversed and the meager points harvest creates anxiety, disappointment and frustration, although some improvements can be seen. At the same time, we AIK members have a burning desire to support the team when things are going badly. After the loss in the last home match, a spark was born out of frustration. Quite quickly, more than SEK 100,000 was collected after a spontaneous initiative and now we want to make it even more (...).

The goal is to raise SEK 1,000,000. Every krona that comes into the campaign will go directly to AIK Football and the money will be used to finance the reinforcements that have been made and are being made in the player squad. If we cannot support on the spot from the stands, we can at least try to support at a distance financially and create better conditions for the club to get out of this situation.

The fundraiser will run until August 31 (even if the transfer window closes on August 25) so that everyone will have the opportunity to contribute and be part of this force that will take us forward. The important thing is not when your contribution comes or when new players are introduced, but that your contribution comes in. In this way, we supporters are also part of the financing solution. For every krona that comes in via this campaign, AIK Football has the opportunity to save the same amount for the coming season. Given all the uncertainty that exists with the corona pandemic and matches without an audience, there are great financial risks in the future for AIK Football and with our support, those risks can be mitigated somewhat. Now we turn this around together! (<https://www.aikfotboll.se/komigengnaget>, retrieved 12.04.2021, my translation)

The action resulted in more than one million SEK (Swedish crowns), which was announced when it was closed in August 2020. It became a point of pride among fans and showed their strength. It also showed different logic than what one would expect when it comes to finances of an institution like a football club. As it emerged, AIK was extremely weak financially, and some of the exposed affairs seemed shady. Instead of demanding answers and asking for more reasonable economic behavior, as well as transparency in the economic department, fans spontaneously collected a substantial amount in order to finally see some results. Fans responded to the crisis with a challenging attitude to what would normally have made sense. This was possible because the process can result both in nonsense and in actual sense, as Susan Stewart put it: 'manufacture of common sense and the transformations by which nonsense is made out of common sense belong to the same social universe' (Stewart 1979, 7).

This exposed, to some extent, a different logic of being a supporter. In a way, everyone knows that pouring money into football is a risky business, and seeing one's club on minus budget has become a standard for many. However, the

Covid-19 season hit AIK hard not only financially, but also on the scoring board. The team lost matches that in theory should have been won, and fans could not see any decisive actions being taken, such as buying new players. Unable to show up, to make displays, to sing and chant, or curse the opponents, the fans decided to give the club some money, so maybe they would be able to get a new player, some new hope, some spark to continue fighting. The action was widely reported in media and fans were praised for their devotion. The logic seemed basically to be 'here take some cash and please make me feel better'. From online discussions, one could get the underlying tone that AIK was clearly a club unable to perform without its supporters. It was both good and scary news. The pandemic seemingly exposed reliance on screaming crowds that the team needed.

The winds did change for AIK. They made a bold transfer of Mikael Lustig, a known player with international career and many appearances in the national team. Fans felt as if they received a Christmas present. The team won some crucial matches and finished middle of the table. It was far from a fantastic season, but the mood was cheerful, mostly because of the spontaneous actions that brought results. The club needed them, and the fans delivered. In turn, the club understood that with no possibilities to watch football and engage emotionally in stadiums, reactions were strong and thus strong gestures were necessary. As the following season was shaping up, and again with restrictions, the club organized two campaigns that would put supporters in the spotlight.

Your name carved in stone. In the changing room

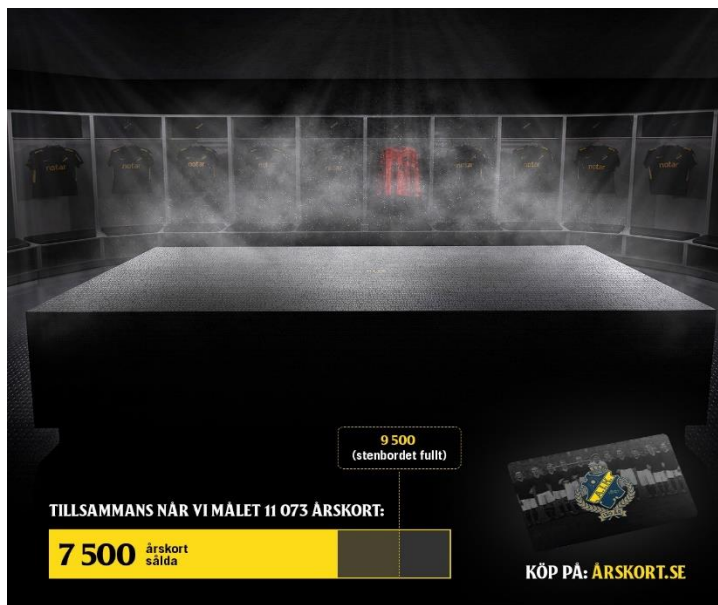
The initial joy of vaccines against Covid-19 was wearing off in the end of January 2021. The Vaccination process was long, cases were on the rise again, and restrictions in Sweden were getting tougher. There was no formal lockdown, but at best eight people could meet together. The hope for welcoming the 2021 football season from the stands was fading fast. Amid the grim mood, AIK launched an initiative that included a block of granite and season tickets that admittedly would be rather useless. In an issued statement one could read:

When the Allsvenskan season 2021 starts, with a fixture between AIK and Degerfors IF at Friends Arena, it will probably happen with a reduced audience in the stands. To remind players of the supporters' presence, a monolith of black granite, with the season ticket holders' names engraved, will be placed in the middle of the team's locker room.

The 'supporter stone' becomes a permanent part of AIK Football's locker room and is made of a granite (...), a hard and deep black stone.

To get your name engraved on the monolith, you need to buy Årskort-21 (season ticket-21) no later than the day before the Allsvenskan premiere, a match that is played on Monday 12 April. (<https://www.aikfotboll.se/nyheter/supportrarnas-namn-hugget-i-sten-mitt-i-omkladningsrummet> 03.03.2021; retrieved 20.04.2021; my translation)

The visual representation of the stone was used almost daily in messages on AIK's social media platforms, together with an indicator showing how many cards were bought and how many names were to be carved. The sale of the cards exploded once the granite monument was announced.



Picture 2. A visualization of the monolith, retrieved from AIK's Facebook page; <https://www.facebook.com/aik>; (retrieved 07/04/2021).

AIK has run several advertisement campaigns in the past based on black, which is one of the club's colour, and its unapologetic attitude towards other teams in Sweden and basically everything else (Herd 2018, 178-194). A black rock makes sense in the AIK world. It is also an interesting attempt to make supporters feel important, to 'set them in stone'. The desired result was to increase sales of tickets to nothing. As fans donated money on a regular basis during 2020, and many faced economic uncertainties because of personal problems with the pandemic, it was hard for clubs to justify why one would even consider buying any tickets without a glimpse of hope that one would be able to use them. The monolith promised something else instead. To be immortalized in a sacred space that us, average mortals, could not use nor see. The changing room is restricted, secluded, and available for just a few. When conducting research in Malmö FF for

my Master thesis in 2013, I, a female researcher, was not allowed to see their team's changing room even when it was completely empty. I still do not know what my presence would do to the benches, lockers or equipment rather than jinx it with some sort of female magic that I presumably possessed.

AIK offered a symbolic intimacy with the team and a constant presence where one would not be allowed normally. That 'little extra' would spice up purchases of empty promises (meaning the tickets). The club wrote openly that they could not guarantee anything, thus offered a range of prices for tickets, based on nothing really, just your willingness to either part with 1000, 2000, or 3000 SEK. However, one's name would be set in stone and the maximum capacity of names (9500) was actually reached in April 2021. Thousands of names of true supporters are going to decorate the room. The money that they paid was transformed into a promise of eternity.

Number 12 on the pitch

The granite monolith with engraved fans' names connects to the idea that many of the football spectators in Sweden share; namely, that it is them, the fans, who make the most important part of a football club, as they devote their emotions, time and money. They make the most stable element in the hectic football reality as players, coaches, and arenas change with a growing pace (Herd 2018, 113-121). To the monolith, another benefit was added that would motivate people to buy symbolic year tickets. A lottery was made and all those who bought those tickets had a chance to appear during the first match of the season. A message from AIK, after one lucky person was selected, read like this:

#11 Stefan Silva will carry Emilia Forsberg's name on his back in the Allsvenskan premiere.

Do you want to see your name on a player shirt against Degerfors on April 12? Buy Årskort-21 via www.arskort.se and you have the chance! (from AIK's Facebook page, retrieved 26.04.2021)

The players, like Stefan Silva, instead of their own name were to have a fan's name on the shirt instead. The little additional nod towards supporters was greeted with a murmur of admiration and the joy of being 'the chosen one' was openly expressed. The fans are sometimes nicknamed as 'number 12', indicating the 12th player (12th man), apart from the eleven on the pitch, and a key

element in the football world. There have been articles and chronicles written about it, and the term is even listed on Wikipedia.

AIK, then, took the issue very literally. The 12th man was on the pitch and all the players had different names than their own. Among the comments from supporters some express a happy nonsense as 'they scored a goal', meaning certain players with their names on their back did, wondering if they shall be listed in the official statistics. It was the supporters that played in the first match of the season, albeit symbolically. As the football world is often accused of 'selling itself', and football shirts often look like advertisement boards, with plenty of sponsors' names, AIK cleared the space for supporters, who often stay anonymous. The club tried to give a sense of importance and belonging, as well as a special position within the club.

Can you feel the void?

Curiously, the pandemic gave people an opportunity to consume football in a way that was not possible before, as more and more drastic measures of signaling connection and commitment were necessary to invent. A simple plea for financial support resulted in creative engagement with the fans and with new ideas how to communicate football and how to make it happen when hardly anything was happening. Many clubs had to come up with ways that would encourage fans to spend money on (almost) nothing. Many used ironic or mocking narratives trying to justify the 'new normal' and the nonsensical character of the corona-sense; for example a team called BK Häcken started selling so-called schäslongskort – lounge/couch cards, marking that one is going to watch matches from one's couch, but it still will be more than TV-watching. In the empty stadiums fans found out that the air was still filled with their emotions, feelings, engagement, and devotion. The 'immediate situational context' made the transition and redefinition of sense possible (Stewart 1979, 27).

Perhaps a quote from Roland Barthes can help unpack this successful failure of 2020 football season. Barthes wrote about sports: "it is man's victory over ignorance, fear, necessity. Man has made his victory a spectacle, so that it might become the victory of all those watching him and recognizing themselves in him" (2007, 9). Even though one could not watch football life, it was certainly still

there. But the pandemic made it possible to have other battles, wins and losses that are going to be engraved in collective memory – battles over Corona-related fears, battles to still believe, battles to keep the rites and rituals developed in football. And battles to survive the trying time of global worry. As football thrives on emotional engagement, 2020 (and at least the first part of 2021) contributed to a profound amount of possibilities for such. Perhaps it was not as much a void, but rather a new set of challenges to overcome. And as with every battle something will be destroyed, or lost, and there will be wounds. The next season (for I assume there will be one) shall show what emerged from the pandemic.

References:

Roland Barthes. 2007. *What is sport?* New Haven: Yale University Press.

Herd, Katarzyna. 2018. "We can make new history here". *Rituals of producing history in Swedish football clubs*. diss. Lund: Lund studies in Arts and Cultural Sciences.

Stewart, Susan. 1979. *Nonsense. Aspects of Intertextuality in Folklore and Literature*. Baltimore: John Hopkins University Press.

Internet sources:

AIK Facebook page; <https://www.facebook.com/aik> [retrieved 12.04.2021]

Kom igen Gnaget; <https://www.aikfotboll.se/komigengnaget>; [retrieved 12.04.2021]

Lindblad, Andreas. 2020. 'AIK 2020 är som en tragisk komedi'; <https://www.svd.se/aik-2020-ar-som-en-tragisk-komedi>; [retrieved 14.06.2021]

Supportrarnas namn hugget i sten mitt i omklädningsrummet; <https://www.aikfotboll.se/nyheter/supportrarnas-namn-hugget-i-sten-mitt-i-omkladningsrummet-03.03.2021> [retrieved 14.06.2021]

Korona-kataklysm – nonsens, humor och frustration, en kommentar på pandemin i serieformat

Jakob Löfgren

Illustrationen talar sitt tydliga språk. Herman, som i brist på bättre ord kan beskrivas som en pre-historisk, alkoholiserad huvudfoting med aggressions- hygien- och kognitionsproblem, gör ett utfall med klubban i högsta hugg mot en lila virusliknade motståndare med tänder. Underrubriken lyder "Korona-Kataklysm!". Detta är titelsidan på *Herman Hedning* nummer 2/2020, ett "Packat Pneumatiskt Pandeminummer!".

I mitt arbete som folklorist och populärkulturforskare, så funderar jag kring och studerar gärna berättelser och berättande. Berättelsens primära funktion är att förmedla en känsla från en berättare till en åhörare (Herman 2009). Detta görs i konstruktioner av qualia, eller den berättade känslan av en erfarenhet; "känslan av hur det är för någon eller något att ha en viss upplevelse" (Herman 2009). Under den ännu pågående pandemin torde det inte komma som en överraskning att det i vår vardag och i samhället förekommit en hel del frustration; frustration över restriktioner, över hemarbete och över myndigheters agerande (både inrikes och internationellt). Känslor av frustration och osäkerhet som följer en pandemi lämnas inte obehandlade, utan ger upphov till kommentarer, omskrivningar, diskussioner och humor i folklore och populärkultur. Så också i den svenska serietidningsvärlden. Den här texten är en betraktelse över hur den svenska serietidningen *Herman Hedning* (Evil Ink förlag), under 2020 och 2021 fungerat som en humoristisk kommentar i realtid på pandemin i Sverige; en humoristisk kommentar som fungerat som en ventil för vardagens små frustrationer under pandemin.

För de läsare som inte är närmare bekanta med den svenska serietidningen (och seriefiguren) Herman Hedning så kan en kort introduktion vara på sin plats. Serien utspelar sig i en pseudoförhistorisk värld, där de tre huvudkaraktärerna Herman, Lilleman och Gammelman upplever och blir utsatta för äventyr. Herman kan beskrivas som en våldsam barbar, vars uppgift i livet är att förpesta tillvaron för Lilleman och dricka öl, äta kopiösa mängder mat och lukta illa. Lilleman, i sin tur, är en snäll, naiv och blåögd karaktär som hjälper smådjur, odlar grönsaker och är antitesen till Herman (även om han också har ett temperament som leder till konfrontation med Herman). Gammelman är en skäggig vetenskapsman som konstruerar uppfinningar och sätter vetenskapen framför allt (ofta Hermans och Lillemans välbefinnande). Världen i övrigt befolkas av dinosaurier, ap-folk och olika mytologiska karaktärer ur både den Nordiska och Judeo-kristna mytologin såsom Asar, Änglar, Djävulen, Adam och Eva; som alla är utsatta för Skaparen. Skaparen är en pastisch av den Judeo-Kristna Guden i det att han är avbildad som ett ansikte med skägg som flyger omkring och med sin "skapelse-laptop" utsätter världen för provningar och "överdriven bestraffning" (nr 2 2021:7).

I denna värld berättar tecknaren Jonas Darnell sina berättelser med en humor som jag bara kan beskriva som; utstuderat okultiverad med en underton av grovkornighet, intellektuellt språkbruk, äckel och rent nonsens. Denna beskrivning är inte att betrakta som kritisk, utan bara ett försök att sätta ord på känslan i det berättade. Berättelserna handlar om allt mellan himmel och jord, från gammaltestamentlig bestraffning till ölbryggnings och kommentarer på det svenska samhället. Serien innefattar inte sällan skämt om allt från överdriven privatisering av äldreården till frustrationen över långa behandlingstider inom svensk byråkrati, men innefattar och skämt om fylla och gaser. Kort sagt utstuderat okultiverat. Serien såg dagens ljus som strippserie i *Fantomen* no 1 (1988). År 1998 fick den en egen serietidning som gavs ut på Egmont-förlag fram till 2018, då tidningen lades ner av Egmont. Efter en särdeles lyckad (då rekordbrytande 1 676 677 SEK) crowdfunding-kampanj på kickstarter, lanserade Darnell sitt eget förlag 2019 och har sedan dess gett ut tidningen i egen regi.

Humor, nonsens och infantilt nöje

För att förstå hur jag ser på berättelserna om Herman Hedning som en humoristisk kommentar på pandemins förlopp, så måste man förstå hur jag som folklorist behandlar humor. (1) Dels betraktar jag humor som en väsentlig kategori i att förmedla idéer och kommentarer, (2) dels ser jag det som genrebunden kommunikation, i vilken skratt uppstår i brytpunkten mellan förväntning på det berättade och hur berättelsen utspelar sig. Den amerikanska Folkloristen och humorforskaren Elliot Oring menar att "Humor och skratt är kulturella universalier. De är ett villkor för vår mänsklighet. Humor kan bara betraktas som trivial ur ett perspektiv som håller mänskligheten i sig själv som trivial" (Oring 2008). Vidare skriver Oring att "För att förstå ett skämt måste man begripa en lämplig inkonsekvens. Strukturen i ett skämt är alltså en idéstruktur och inte bara en struktur av berättelse eller text" (Ibid.). Berättelserna i Herman Hedning ska uppfattas som skämt, humor och roligt på en lättillgänglig nivå. Personligen tycker jag förstås att det är hysteriskt roligt. Jag har läst serien sedan 90-talet och prenumererar på tidskriften sedan nystarten 2019. Samtidigt finns det i mig en medvetenhet att berättelserna är en slags "infantilt nöje" (Oring 2018) en förströelse som jag (småfnissandes) unnar mig själv. Men i denna förströelse finns en idéstruktur, en lämplig inkonsekvens som pendlar mellan nonsens och common sense (Stewart 1979). Det är i denna inkonsekvens som berättelsernas förmedling och kommentar av frustration görs.

"[H]umor är inte bara en genre utan snarare ett tematiskt material som anses vara 'roligt' eller underhållande inom den kontext eller i framförandet där det överförs till publiken" (Blank 2013). För att Herman Hedning ska fungera som en humoristisk kommentar på pandemin, måste det anspela på vår gemensamma förståelse för pandemin. Den gemensamma förståelsen (common sense) konstrueras i upplevelsen av vardagliga situationer i den verkliga världen (Stewart 1979:27). Referenser till vardagen i narrativ text innefattar referenser till vad som händer i samhället "här och nu", men också referenser till normer och traditioner (jf. Ibid.). Konstruktionen av nonsens görs i kontinuerlig, lekfull dialog med common sense, genom att skriva om verkligheten. Genom tekniker

som ironi, humor och lek med referenser (Ibid:50) skrivs verkligheten om från common sense till nonsens; ofta som humor eller kommentar på det vi upplever i verkligheten.

Herman och de andra karaktärerna brukar vanligtvis skriva om (göra nonsens av) mer vardagliga problem. I exempelvis höstnumret 2019 (nr. 5 2019), finns en berättelse om hur Herman och Lilleman jagas av en "Deadline-demon". Deadline-demonen tar sig formen av Darnells tidigare redaktör som en jättstor, svart, tsunami med tänder som jagar allt och alla; "INGEN KRAFT I UNIVERSUM ÄR STARKARE!" (Ibid:8). Darnell själv får stå till svars mot demonen och förklarar att han haft lite att göra med crowdfunding-kampanjer. Deadline-demonen är inte övertygad och Darnell måste göra en halvsida som beskrivs som "Ett...skitviktigt inlägg i maratondebatten om 'masskonsumtion och vår snara utrotning'" (Ibid:9). Inte heller detta övertygar Deadline-demonen som startar stora svarta tryckpressar och uppmanar Darnell att skärpa sig till julnumret.

I det här fallet så ligger nonsenskonstruktionen i kommentaren av att möta en deadline och illustrationen av denna deadline som en tsunami med tänder. En känsla som alla som jobbar mot en deadline kan relatera till, det är en del av en gemensam förståelse som kan skrivas om till ett monster i berättelsen. Det är också en kommentar på att Darnell själv haft mycket att stå i med skapandet av ett nytt förlag, något som läsarna relaterar till i och med berättelsen om tidskriftens fall och återuppståndelse genom crowd funding. *Herman Hednings* värld är en värld som bygger på att allt kan göras nonsens av och är sålunda en nonsensvärld; en värld som finns till för att driva med normer, värderingar och förutfattade meningar som vi möter i vår vardag. En nonsens värld är en värld vars gränser sätts i sin egen autokontext, där kan allt hända.

"Ring till Tegnell och böla" – en kommentar i realtid

I och att WHO klassade Covid-19 som en pandemi den 11 mars 2020, förändrades vår vardag radikalt. Regeringar världen över började sätta in åtgärder för att bekämpa viruset och vardagen var tvungen att omvärderas. Vi har i mångt och mycket varit tvungna att omvärdera det som kan kallas för vår common sense förståelse av världen. Precis som när man omvärderar, kommenterar, ironiserar och vänder världen upp och ner inom fiktionen (alltså gör nonsens), så var vi alla tvungna att omvärdera det-som-vi-alla-ser-som-normalt, vår förståelse av common sense baserad på vår tolkning av vår egen vardag. Denna omtolkning kan också ses som ett görande av nonsens. Vardagen blev plötsligt nonsensaktig och frustrerande. Hur ter sig en nonsens värld som Herman Hedning som kommentar till en vardag som i sig själv kan uppfattas som nonsens?

Herman Hedning har kommenterat på pandemin i realtid. Jag kommer här att lyfta tre exempel, två berättelser från 2020 som publicerades (nr. 2 & nr. 3, 2020) i samband med utbrottet och en berättelse som publicerats 2021 (nr. 1, 2021) i samband med vaccinkampanjen. Berättelsernas titlar är "Korona-Kataklysm!" (nr. 2, 2020), "Pestens tid" (nr. 3, 2020) och "Cthulhu Callnar" (nr. 1 2021).

Korona-Kataklysm öppnas med en illustration av ett fält. På fältet ligger Herman, Lilleman och massor av dinosaurier sjuka i en snorig sjukdom. Berättelsen inleds med orden "En hel värld dränkt i hosta, snor och slem" (nr. 2, 2020:4). Sedan backar berättelsen tillbaka till några dagar tidigare, där Herman ligger bakfull på gräsmattan omgiven av ölburkar. Han blir överkörd av något som senare ska visa sig vara en karaktär vid namn Påsk-Orchen på motorcykel. Herman blir förstuds förbannad och jagar efter. Påsk-orchen kommer fram till Ap-köping (en stad bebodd av apor), i sin jakt så stöter Herman på karaktären Hermine (som är en kvinnlig motsvarighet till Herman iklädd en rustning och svärd). Tillsammans kommer de fram till Ap-köping där Påsk-orchen har grävt ner ett ägg och sitter och väntar. När Herman och Hermine attackerar orchen så kläcks ägget och ut kommer ett jättestort, flygande korona virus. Viruset beskrivs som "ett pneumatiskt pandemi virus" och spelar saxofon, trombon, säckpipa och blockflöjt samtidigt ur sina capsid-protein trumpeter. Herman reagerar förstuds med våld och klyver viruset i två. Detta skapar två mindre virus. Herman hackar viruset i miljontals småvirus och pandemin är ett faktum. Nu återgår berättelsen till fältet. Gammelman och Garmor (som är en äldre kvinnlig variant av Gammelman med alkoholproblem och en fallenhet för magi), försöker lösa pandemin. Gammelman iklädd en hemgjord respirator mask, Garmor med ett martiniglas i handen. Garmor beskrivs som immun mot viruset pga. en livstid av alkoholism och droganvändning. Det framkommer att viruset spreds av en orch, och sålunda att Sauron ligger bakom. Garmor beslutar sig att, tillsammans med Lillan (som är en hjärnskadad kvinnlig variant av Lilleman), att åka till Mordor och spöa upp Sauron. De flyger iväg på Garmor's kvast. Gammelman blir kvar för att utveckla ett vaccin och upptäcker att Herman är immun mot viruset. Att Herman är snorig och äcklig beror på att Herman alltid är det. Det visar sig att Hermans immunförsvar har hanterat viruset som en vanlig baksmälla. Viruset kan alltså besegras med Hermans antikroppar. Sagt som gjort, Gammelman tömmer det mesta av Hermans blod, och när Herman önskar att han skulle kunna ha lämnat några deciliter, så svarar Gammelman "Ring till Tegnell och Böla!" (Ibid:12). Alla injiceras med Hermans blod och allt verkar frid och fröjd. Samtidigt kommer Garmor tillbaka på kvasten, med en förbannad, fastkedjad Sauron. Han erkänner att han hade tråkigt och sålunda skapade Koronaviruset. I nästsista rutan frågar också en apa huruvida vaccinet är säkert och inte har några biverkningar. I sista rutan ser vi hur alla på fältet muterat till varianter av Herman. Herman får sista orden som är "Det här kommer att bli en minnesvärld vår" (Ibid:13).

"Pestens tid" (nr. 3, 2020) tar vid där berättelsen slutar och beskriver jakten på en lösning på Herman-mutationen, som nu hela världen är utsatt för. Alla ser ut och beter sig som varianter av Herman. Herman tycker det är ganska trevligt till en början, tills han förstår att alla är ute efter hans öl och kött. När hans ölkransin, blir han förbannad och utbrister "Vad gör vetenskapen?!" (Ibid:5), varpå Gammelman svarar "Vi gör vårt yttersta. Vi återkommer" (Ibid). Herman kräver då fullständig isolering, vilket besvaras av Gammelman med citat från

Folkhälsomyndighetens presskonferenser: "Men det finns ingen evidens för att det skulle befrämja och. Att låsa in stora grupper i det här skedet inverkar inte positivt på immuniteten" (Ibid). Sin vana trogen, vill Herman inte nödvändigtvis isolera alla utan Lilleman. Något som han också gör, i en plåtlåda. Herman

utsätter Lilleman för plågsamma experiment i form av att hetta och kyla. När Gammelman protesterar så konstaterar Herman bara "Kom inte med 'källa på det dravlet' (Ibid:6). Gammelman sätter sedemera stop för Hermans hemmasnickrade experiment på Lilleman. Herman ger upp och går för att öppna ett av sina många skafferier för att få något att äta. Det plundras av dinosaurier och Herman får stryk när han försöker stoppa det. Alla slåss över det som med ord som "mitt" det är "mitt skafferi" osv. En uppgiven Herman går tillbaka till Gammelman och Garmor, som analyserar Hermans antikroppar i ett mikroskop. Det visar sig att mutationen är genmodifierad och att det inte finns ett botemedel mot Hermans egoistiska, äckliga och vidriga personlighetsdrag. Herman utbrister "Ja, vetenskapen är maktlös" (Ibid:9). Herman blir förbannad eftersom maten och ölen håller på att ta slut. Han beslutar sig för att straffa den skyldige, Sauron. Genom att ljuga åt alla som nu är kopior av Herman, att Sauron har öl och mat i sina skafferier i Mordor, samlar Herman ihop en armé och stormar Mordor. Under stormningen av Mordor utpressar Herman Sauron. Vad Herman vill ha är ett motgift som botar alla. Sauron svarar: "Bara det! Det är lätt fixat. Ja, jag 'råkar' vara jordens främste epidemiolog" (Ibid:12). Sauron, undersöker det muterade viruset och kommer fram till att Hermans antikroppar har tjuvkopplat viruset, men att det är tjuvkopplat med biologiska klockor. Det visar sig vara en timerfunktion som går ut med ett 'POF'. Viruset försvinner och alla blir bakfulla. I sista rutan kommer Gud tillbaka, han visar sig varit på konferens. Eftersom att han inte har någon aning om vad som hänt och bara ser bakfulla karaktärer, så hotar han med 'Guds straff' i form av böldpest. Något som besvaras med ett "Nej tack" från Gammelman.

"Cthulhu Callnar" (nr. 1, 2021) handlar om vaccinationskampanjen. Berättelsen börjar med att Herman sticker Lilleman med en begagnad kanyl. Herman menar att man måste återanvända kanyler som ligger på marken, då kanyler kostar skattebetalarna en massa pengar. Lilleman kan vara döende. Döden i form av liemannen äntrar berättelsen men är inte ute efter någon av huvudkaraktärerna än. Lilleman blir omplåstrad av Gammelman som skäller ut Herman för användningen av gamla kanyler. Något som Herman hävdar att han gör av miljöskäl. Här äntrar Gud, i form av ett flygande huvud med skägg berättelsen, och ber Gammelman att utveckla en snabbvaccineringskampanj, då ett nytt muterat virus är i faggorna. Gud ger också Lilleman uppdraget att övertyga sina vänner om att det är bra att vaccineras. Herman och sin sida, sätter upp en kampanj med gratis vaccin "Hellyle-Hermans PoPup-vårdcentral", och börjar vaccinera alla som vill ha vaccin. Lilleman blir förbannad: "Du är väl för helvete inte läkare" (Ibid:7), var på Herman svarar: "Nej. Men jag är legitimerad entreprenör" (Ibid). Det visar sig att Hermans vaccin är gratis men sprutan kostar 400 kr och fakturaavgiften är 800 kr. Lilleman beslutar sig att gå någon annanstans för att vaccinera sig och ifrågasätter om det ens finns en ny mutation. Lilleman träffar en av sina vänner en kanin, som blivit zombie av Hermans vaccinationskampanj. De andra kaninerna är nu skeptiska mot vaccinet och hävdar att det finns massor av information på internet som bevisar att vaccinet innehåller mikrochip och alla blir slavar inför etablissemanget. Lilleman konfronterar Herman om hans vaccin och det visar sig att Herman vaccinerar med ett utgången smittkoppsvaccin som han köpt på Astra-Zenecas outlet. Herman menar att han bara erbjuder vaccin, inte nödvändigtvis mot den nya

mutationen. Lilleman utbrister "Tack då marknadskrafterna" (Ibid:9). Lilleman söker Gammelmanns hjälp. Gammelmann har byggt en vaccinationsrobot som ser stor och våldsam ut. Han tror inte heller på Lillemans berättelser om zombies, eftersom det är fredag och alla dricker öl på fredagar. Han ändrar sig dock när han får se zombiehorderna som jagar Lilleman och Gammelmann upp i ett träd. Zombierna springer vidare och dränker sig i havet. Döden uppenbarar sig med orden "Nu är det kört" (Ibid:11). Cuthulhu stiger upp ur havet. Döden menar att Cuthulhu vaknar när han har tillräckligt med följare; alla som drabbats av Cuthulhuviruset. Detta menar döden kommer att leda till en massa övertidsarbete för honom. Gammelmann undrar var viruset kommer ifrån. Gud äntrar scenen och förklarar att vaccinationskampanjen som han satte igång med hjälp av Gammelmann misslyckades och att: "Jag läste om regelboken. Slår jag två D20-tärningar 39-40, så får jag göra en indirekt försvarsåtgärd mot Cthulhu-attacken!". Det visar sig alltså att viruset är sprunget ur en misslyckad tärningsrullning i ett rollspel mellan Gud och Döden. Motattacken som Gud gör, består i att använda sig av en karaktär som kallas Lundbäck. Lundbäck är en vampyr och den fysiska manifestationen av alla myggor i Norrland. Gud injicerar Lundbäck med vaccin och han spricker upp i miljontals mygg, som vaccinerar alla. "De flesta blev återställda och Cuthulhu somnade igen".

Intertext, det nya normala och frustration

I de här berättelserna kan man utläsa pandemins progression. Från initial smitta, vidare genom vetenskapens framställande av vaccin och vaccinationskampanjen. Berättelsernas qualia är en av kontinuerlig frustration. Denna frustration gör sig synlig i intertextuella kopplingar och skämt kopplade till den nya vardagen under pandemin. "Ring till Tegnell och Böla!" (nr. 2 2020:12), "Du är väl för helvete inte läkare" (nr 1 2021:7), "Men det finns ingen evidens för att det skulle befrämja och. Att låsa in stora grupper i det här skedet inverkar inte positivt på immuniteten" (nr. 3 2020:5), "Nej. Men jag är legitimerad entreprenör" (Ibid), är intertextuella kopplingar till vår nya common sense, vår nya vardag.

Den nya vardagen under pandemin har tvingat oss att omvärdera common sense. Ofta kan vi se "det nya normala" som en nonsens tillvaro. I *Herman Hednings* kommentarer har vi en nonsensvärld som kommenterar på en nonsensvärld. Genom att göra en nonsenskommentar på vår nya vardag förmedlas en qualia av frustration, berättelserna genomsyras av kommentarer på den vardagliga frustrationen. "Vad gör vetenskapen?!" (nr. 3 2020:5), "Vi gör vårt yttersta. Vi återkommer" (Ibid) Vidare så kan vi följa den vardagliga frustrationen genom pandemins utveckling, eftersom Darnell i tidskriften kommenterar i realtid. Frustrationen kring sjukdomen själv, frustrationen med vetenskapens långsamhet i att motverka viruset, och frustrationen att vaccinationen tar för lång tid och att den är i händerna på marknadskrafterna. I berättelserna om Herman Hedning så ventileras, vår gemensamma common sense, frustration. På så sätt blir *Herman Hedning* ett tryckt dokument över kommentarerna under pandemin. En populärkulturellt pågående historieskrivning. I denna process blottläggs också en idéstruktur (jf. Oring

2008). Skämten visar på att vår frustration och Corona-trötthet är en del av vår common sense. En idé som måste ventileras genom att göra humor av den.

Att humor kommenterar på katastrof är ingenting nytt. Skämt är ofta den första genren som reagerar på katastrof, detta eftersom humor fungerar genom att berättare och åhörare/läsare kommer överens om vad som är lämpligt och olämpligt (jf. Oring 2008). Humor fungerar som en ventil i svåra situationer, och som socialt smörjmedel för att kunna diskutera vår frustration. Vi har alla likt Herman tänkt eller känt att vetenskapen är maktlös eller likt Lilleman förbannat marknadskrafternas tröghet i att leverera vacciner. Genom att lyfta upp vår vardag i *Herman Hednings* nonsens-värld och genom att läsa den, deltar vi i humorns ständiga (om)förhandling om vad som är lämpligt och vad som är olämpligt. Ventilen består i att det är lämpligt att känna frustration

Att lyfta fram Herman Hednings kommentar under pandemin är att visa på att det är i populärkulturen som känslan av en pandemi kan spåras. Det är i berättelserna vi skriver och delar, i skämten vi uttalar som känslan av erfarenhet och omorganisationen av vad som är vardag görs och syns. Det är också genom att förstå och kommentera (på och med) intertextuella kopplingar som "Hellylle-Hermans PoPup-vårdcentral", och att Sauron från Sagan om Ringen erkänner att han har epidemiologi som hobby, som vi som studerar populärkultur måste vara behjälpliga i historie(be)skrivningen, när väl pandemin är över. Historien om Covid-19 måste innefatta den gemensamma, berättade känslan av att erfara en pandemi.

Källförteckning

Blank, Trevor J. red. 2013. *Tradition in the Twenty-First Century : Locating the Role of the Past in the Present*. Logan: Utah State University Press

Herman, David. 2009. *Basic Elements of Narrative*. Hoboken: John Wiley & Sons

Herman Hedning nr. 2. 2020. 2020: Stockholm: Evil Ink förlag

Herman Hedning nr. 3. 2020. 2020: Stockholm: Evil Ink förlag

Herman Hedning nr. 1. 2021. 2021: Stockholm: Evil Ink förlag

Oring, Elliott. 2008. *Engaging Humor*. Chicago: University of Illinois Press

Stewart, Susan. 1979. *Nonsense, Aspects of Intertextuality in Folklore and Literature*. Baltimore: John Hopkins University Press.